

1. Gemeinwohl-Bericht 2019



Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Christian Niederstätter
Rechtsform:	Einzelunternehmen, EPU
Gründung:	2003
Website:	www.ctn-consulting.com
Branche:	Unternehmensberatung
Firmensitz:	Swarovskistraße 2/Top 8, 6130 Schwaz, Österreich
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	keine
Umsatz:	51.746 EUR (2019)
Jahresüberschuss:	
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:	keine
Berichtszeitraum:	2019 (für das Zahlenmaterial) 2018- 2020 (Corona-Jahr) für die allgemeinen Beschreibungen des Unternehmens

Kurzpräsentation des Unternehmens

Nach 14 Jahren bei einem internationalen Konzern als Controller und Leiter der strategischen Geschäftsentwicklung machte ich 2003 den Schritt in die Selbständigkeit. Dort angekommen lag der Fokus am Anfang auf Strategiebegleitung in internationalen Projekten und entwickelte sich langsam in Richtung Projektmanagement, sodass ich schließlich auch Trainingsangebote dazu entwickelte.

Die Erkenntnis, dass der Erfolg bei Projekten nicht in der Methodenlandschaft liegt, sondern primär im Sozialkompetenz-Bereich, führte dazu, dass ich in diesem Bereich einige Ausbildungen absolvierte, um die Kenntnisse in meinen Trainings und Coachings einbauen zu können:

2010 Change-Management (Dr. Doppler)

2010 Mediation (Incite)

2012 Coaching (Trigon)

In meiner globalen Tätigkeit erfuhr ich immer wieder, wie wichtig interkulturelle Kompetenz in internationalen Projekten ist, weshalb ich 2015 ein Master-Studium dazu an der Donau-Uni-Krems begann, dieses allerdings nicht beendete.

Seit Ende 2019 beschäftige ich mich nun intensiv mit dem Thema, wie global ein gutes Leben für alle gelingen kann, was mich mit Themen wie der Nachhaltigkeit und schlussendlich mit der GWÖ in Berührung brachte.

Produkte / Dienstleistungen

Seit meiner Selbständigkeit sah ich mich nie als wirklicher Unternehmensberater, sondern als „Facilitator“, der Unternehmen, Unternehmer & Projektteams bei Ihren Themen unterstützt und durch eine andere Perspektive oder fachliche Expertise Nutzen stiftet.

In den ersten Jahren lag mein Fokus noch primär auf Strategiebegleitung und auch etlichen Interim-Management- Positionen (England, Malaysia,..).

In den letzten Jahren ging der Trend allerdings Richtung Projektmanagement- Trainings (bis zur IPMA Zertifizierung), Coachings (Visionsarbeit) und hoffentlich in zukünftigen Jahren auch in Richtung GWÖ-Begleitung von Unternehmen und Gemeinden.

In den einzelnen Jahren gibt es starke Schwankungen zwischen den einzelnen Tätigkeitsbereichen, je nach Kunde und Auftragslage:

	2019	2018	2020 Corona
Training (primär Projektmanagement)	79,40%	38,10%	95,50%
Beratung (incl. Moderation Workshops)	20,60%	47,90%	
Interim Management (incl. inhaltliche Projektbegleitung)		12,40%	
Coaching		1,60%	4,50%
Jahresumsatz (in EUR)	51.746	104.732	27.615

Der Branchenmix ist recht unterschiedlich, da Projekte in ganz unterschiedlichen Sparten abgewickelt werden und ich als „Facilitator“ bei Methoden und Team ansetze.

Das Kundenspektrum reicht von Firmen aus dem Verkehrsmanagement, der Beleuchtungsindustrie, der Architektur, IT-Firmen, etc. bis zu Apotheken und im Coaching zu Einzelpersonen.

Da ich zu meinen Kunden auch einige internationale Firmen zähle (ich biete alle Dienstleistungen auch auf Englisch an), wird häufig mein Angebot auch von den internationalen Niederlassungen in Anspruch genommen, was früher zu einer starken Reisetätigkeit geführt hat, aber durch Corona vermehrt auf Online umgestellt wurde.

Normalerweise betreue ich die Kunden alleine, falls aber spezifischer Bedarf besteht, arbeite ich in Kooperationen zusammen (zb 2018 mit einem Büro für Organisationentwicklung), um dem Kunden den maximalen Nutzen bieten zu können.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

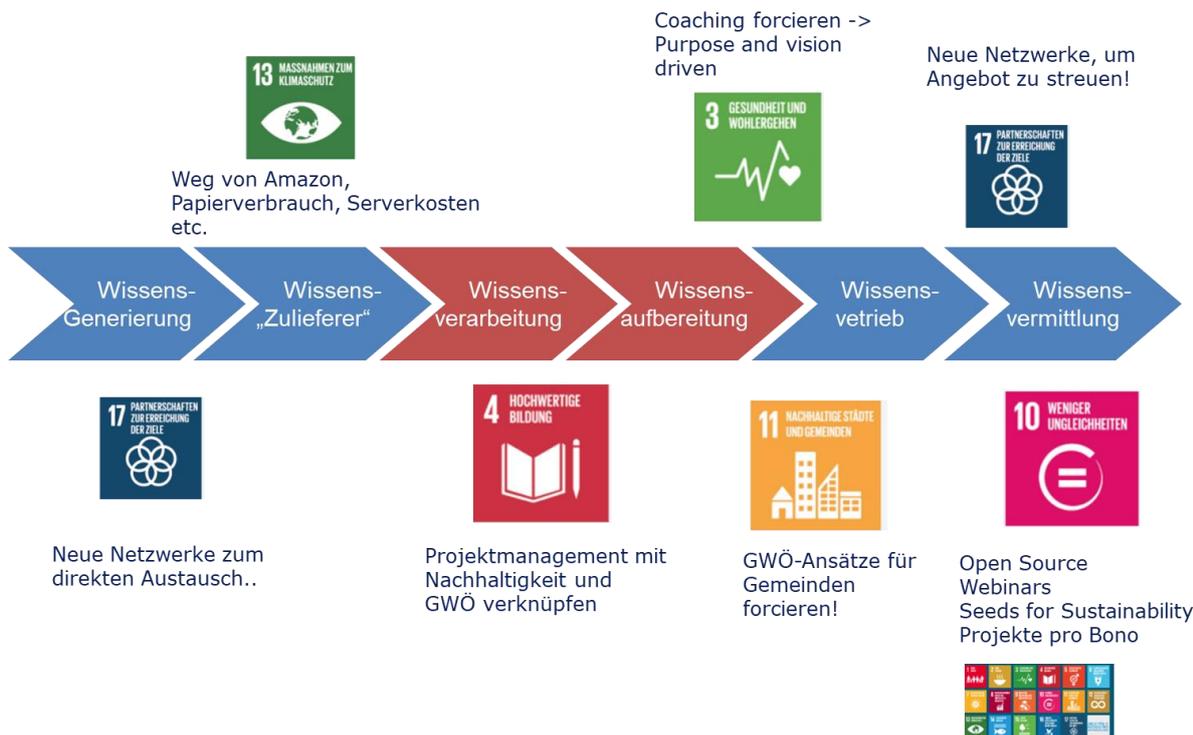
Im Jahr 2019 bin ich erstmal auf das Thema Gemeinwohl gestoßen, auf der Suche sowohl in der Strategieberatung als auch bei Projekten Richtung Sinnstiftung und Nachhaltigkeit zu gehen.

2020 habe ich mich dann entschlossen, an einer GWÖ-Matrix-Schulung online teilzunehmen (Institut für gemeinwohlorientierte Wirtschaftspraxis), was mein Interesse weitergeweckt hat. Der nächste logische Schritt war dann der Beginn des Lernwegs für zertifizierte Gemeinwohlberater*innen, welchen ich im September 2020 bei Angela Drosig-Plöckinger und Manfred Kofranek in Wien startete und – nach einigen corona-bedingten Verschiebungen – im März 2021 mit viel neuen Impulsen abschloss.

Im Jahr 2021 habe ich mich auch dem Regionalverein GWÖ Tirol angeschlossen, bin in einem Projekt mit den Regionalmanagements involviert und möchte weiters recht schnell auch meine Beratungskompetenz in der Region etablieren.

Dies ist meine 1. Gemeinwohbilanz, welche primär einer Statusanalyse dient, mit der Ziel in den nächsten Jahren weitere Schritte auf dem Weg zu Gemeinwohl-Orientierung zu setzen.

In Zukunft möchte ich sowohl aktiv als GWÖ-Berater arbeiten als auch Gemeinwohl-Werte in meiner „normalen“ Arbeits- und Dienstleistungsprozess verankern, was ich versucht habe exemplarisch in einem Schaubild darzustellen, welches in dem Lehrgang „Circular Economy“ (LIMAK, Günther Reifer, Terra Institut) entstanden ist.:



...und es gibt bestimmt noch viele andere Ansätze!

Testat



Zertifikat: **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **Ctn Consulting**
M5.0 Kompaktbilanz **2019** **ABPE-BAY-2021-01**
Begleitet/in **Roland Wiedemeyer** **Beteiligte Peergruppen Firmen**
Lenz Consulting
Wedemann Jörn

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 20 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 70 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 20 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: /.
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 60 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: /.
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*Innen beziehungen: 20 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*Innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 30 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 40 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %
			Zertifikat gültig bis: 31.07.2023	BILANZSUMME: 309

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: fgdzb3f363fb839
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Als Beratungsunternehmen (EPU) bezieht sich die Analyse der Lieferanten primär auf Verbrauchsmaterialien, Kommunikationstools, die Kosten der Mobilität, Büromiete und fremde Dienstleistungen. Investitionen in Anlagevermögen gab es 2019 nicht.

Mit der Erstellung meiner ersten GWÖ-Bilanz ist mir aber bewusst geworden, dass es mögliche Ansatzpunkte gibt, um in der Zulieferkette Verbesserungen herbeizuführen. Prinzipiell bin ich ein Verfechter von persönlichen Beziehungen, weshalb viele Zulieferer auch persönliche Freunde und Bekannte sind. Dadurch kann ich sicherstellen, dass die Kommunikation auf Augenhöhe verläuft, wir beidseitiges Vertrauen aufbauen und starke Kooperationen entstehen.

Ein weiterer Aspekt in der Lieferantenauswahl ist Regionalität, erstens um Wege kurz zu halten und zweitens regionale Kooperationen zu stärken. Durch die Regionalität kann ich mir auch immer vor Ort ein Bild machen, habe lokale Ansprechpartner und kann so soziale Risiken evaluieren.

Bei meinen Lieferanten habe ich bis jetzt nicht auf Zertifikate geschaut, sondern über den persönlichen Kontakt versucht, Vertrauen aufzubauen und Kooperationen zu entwickeln. Zertifikate sind meiner Meinung nach mit Vorsicht zu genießen und können eine persönliche Beziehung nicht ersetzen!

Beispiele von persönlichen Beziehungen:

Miete: Der Sohn der Vermieterin ist ein sehr guter Freund von mir und wir tauschen uns regelmäßig aus. Er unterstützt mich auch immer wieder bei Projekten mit Asylanten. Die Hausverwaltung wird über eine Immobilienfirma (www.hoerhager.co.at) organisiert, wo ich die Besitzer ebenfalls schon lange kenne.

Steuerberatung: Mein Buchhalter und Steuerberater ist ein sehr enger Freund und sein Büro liegt über die Straße, sodass wir regelmäßigen Austausch pflegen (er ist auch mein Lieferant für Bio-Eier).

Lassner Ernst: Das ist kleines Papierfachwarengeschäft, bei dem ich den Großteil meiner Papierwaren kaufe. Leider hat er 2020 beschlossen in Pension zu gehen, aber nun liefert er mir die Sachen weiterhin ins Büro

Netzwerk Kreidl: Der Besitzer Kreidl Herwig spielte in der Jugend Handball mit mir und wir sind seit 30 Jahren gut befreundet. Für alle IT-spezifischen Fragen steht er zur Verfügung und supportet mich auch bei Software-Fragen, Sicherheitsaspekten. Mit ihm werde ich auch meine neue Homepage aufsetzen. Er besitzt auch eine kleine Wohnung in Wien, welche ich nun für Dienstreisen unentgeltlich benutzen kann.

Bei den Tankstellen war ich jahrelang Kunde von ENI (einem italienischen Konzern), habe aber nun 2021 zu einer Tankstelle (<https://www.tankstelle-schaller.at/>) in meinem Ort gewechselt, welche von Bekannten betrieben wird. Der Diesel wird von der OMV bezogen.

Am wenigsten Einfluss habe ich auf Reisebuchungen einiger Kunden, wo ich zwar meine Wünsche deponieren kann, aber wo häufig mit Partnerhotels zusammengearbeitet wird. Wenn ich selbst die Reiseorganisation übernehme, versuche ich in kleinen Pensionen oder Biohotels unterzukommen.

2019

Rang	Name Lieferant	Material Leistung		Faire Arbeitsbedingungen
1	Löffler Gerda	Miete Büro (incl Betriebskosten)	19%	ja
2	ENI	Diesel - Treibstoff	14%	im Jahr 2021 gewechselt zu lokaler Tankstelle gewechselt
3	Manfred Chiettini	Buchhaltung und Steuerberatung	9%	ja
4	Denzel Unterberger	Sommerreifen, Service, Montage Winterreifen, Ersatz Bremsbelege	8%	werde ich im nächsten Schritt analysieren
5	Reisekosten Ausland	1 x Flug Hamburg, Hotels Zagreb, Wien, Hamburg, Zürich	8%	werden von Firmen gebucht an diese weiterverrechnet - > Teil vom Umsatz
6	Dr. Zauner	Coaching	6%	ja
7	A1 Telekom	Telefontarif (international)	5%	offen
8	ÖBB	Zugreisen	3%	offen
9	Lassner Ernst, Hartlauer	Büromaterial	3%	ja
10	Stadtgemeinde Schwaz	Parkgebühren (Dauerparkkarte)	2%	ja
11	Moser Holding	Tageszeitung Abo	2%	offen
12	Netzwerk Kreidl GmbH	Domain Website und Server-Kosten	1%	ja
13	A1 Telekom	Internet Homeoffice Pillberg	1%	offen
14	Stadtwerke Schwaz	Internet	1%	ja
15	Schulungen	Tectrain, Wifi	9%	
16	Fachliteratur	Zukunftsinstitut, PM Magazin, diverse	5%	
	Sonstige	Kleinlieferanten, Gebühren, etc	4%	
	Summe		100%	38%

*) Versicherungen werden unter B1 dargestellt.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden: 38%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Als nächsten Schritt werde ich mir das Thema Nachhaltigkeit bei meiner Autowerkstätte Denzel-Unterberger anschauen und speziell in der Reisplanung noch genauer meine Einflussmöglichkeiten evaluieren.

Bewertung	2
-----------	---

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Ich kann bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei meinen direkten wesentlichen Lieferanten nicht verletzt wird! Allerdings kann ich nicht ausschließen, dass in der Zulieferkette der Autoteile, der Druckerpatronen, des Dieseltreibstoffes, der Fachliteratur etc. gegen die Menschenwürde verstoßen wird. Allerdings sehe da nicht die Wesentlichkeit (und auch meine begrenzte Marktmacht), um große Veränderungen zu bewirken.

Bewertung	0
-----------	---

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Wie schon unter A1 erwähnt, bin ich ein Verfechter von persönlichen Beziehungen mit Lieferanten und sehe dies für ein EPU auch als einzige Möglichkeit, Solidarität und Gerechtigkeit zu hinterfragen und zu beurteilen.

Da der Großteil der Lieferanten kleine & regionale Firmen ist, existieren weder Labels noch Nachhaltigkeitsberichte.

Bei den größeren Konzernen kann man die Kernthemen auf Homepages und Nachhaltigkeitsberichten nachlesen, allerdings sind die Aussagen durch ein EPU schwer zu verifizieren:

ENI: https://www.eni.com/de_DE/corporate-governance-de.page

A1: <https://www.a1.group/de/csr/nachhaltigkeitsstrategie>

ÖBB: <https://presse.oebb.at/de/publikationen/nachhaltigkeitsberichte>

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt:Schätzung: unter 5%
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: wird zwar mit den Lieferanten mündlich thematisiert, doch nicht strukturiert erfasst, daher kleiner 5%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Als nächsten Schritt werde ich mir das Thema Nachhaltigkeit bei meiner Autowerkstätte Denzel-Unterberger anschauen.

Bewertung	1
-----------	---

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Ich kann bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferanten nicht ausgenutzt wird, da keine Marktmacht besteht.

Bewertung	0
-----------	---

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischen Einkaufs?

Wie unter A1 beschrieben sind die Auswahlkriterien persönliche Beziehungen und Regionalität. Falls diese 2 Kriterien nicht erfüllbar sind, werde ich in Zukunft vermehrt Nachhaltigkeitsaspekte einbeziehen.

Die Regionalität inkludiert auch das Prinzip der kurzen Wege, sodass ich viele meiner Zulieferer zu Fuss erreichen kann.

Den größten Einfluss auf den CO₂ – Footprint hat sicherlich meine Reisetätigkeit mit meinem Volvo XC60 (137g/km CO₂), weshalb ich hier an einer vernünftigen Zukunftslösung (Reduktion Fahrtätigkeit, Sharing-Modelle, E-Mobility) arbeiten muss.

Wenn ich meine Mitbewerber vor meinem geistigen Auge analysiere, dann glaube ich schon, dass das Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen überdurchschnittlich hoch ist und auch die ergriffenen Initiativen über dem Branchendurchschnitt liegen.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind. Das war kein Fokus im Berichtszeitraum, daher würde ich sagen auch hier unter 5%.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Als nächsten Schritt werde ich mir das Thema ökologische Nachhaltigkeit bei meiner Autowerkstätte Denzel-Unterberger anschauen.

Bewertung	2
------------------	----------

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Ich kann bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen? Allerdings kann ich nicht ausschließen, dass in der Zulieferkette der Autoteile, der Druckerpatronen,

des Dieseltreibstoffes, der Fachliteratur ökologische Auswirkungen gibt, allerdings nicht in relevantem Ausmaß.

Bewertung	0
------------------	----------

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Wie unter A1/A2 erwähnt sind der Großteil der Lieferanten kleine & regionale Firmen, weshalb weder Labels noch Nachhaltigkeitsberichte existieren.

Durch den persönlichen Kontakt eine hohe Transparenz und Mitentscheidung in beide Richtungen gegeben und wir entscheiden gemeinsam den einzuschlagenden Weg.

Als Beispiel steht dafür mein Gespräch mit meinem Vermieter in der Corona-Zeit, der mir sofort 4 Monate eine reduzierte Miete anbot und wir dies dann auch umsetzten. Durch die persönlichen Beziehungen kann sichergestellt werden, dass wir immer die besten Lösungen für beide Parteien in der jeweiligen Situation finden.

2019

Rang	Name Lieferant	Material Leistung		Transparenz & Mitentscheidung
1	Löffler Gerda	Miete Büro (incl Betriebskosten)	19%	ja
2	ENI	Diesel - Treibstoff	14%	nein
3	Manfred Chiettini	Buchhaltung und Steuerberatung	9%	ja
4	Denzel Unterberger	Sommerreifen, Service, Montage Winterreifen, Ersatz Bremsbelege	8%	nein
5	Reisekosten Ausland	1 x Flug Hamburg, Hotels Zagreb, Wien, Hamburg, Zürich	8%	nein
6	Dr. Zauner	Coaching	6%	ja
7	A1 Telekom	Telefontarif (international)	5%	nein
8	ÖBB	Zugreisen	3%	nein
9	Lassner Ernst, Hartlauer	Büromaterial	3%	nein
10	Stadtgemeinde Schwaz	Parkgebühren (Dauerparkkarte)	2%	nein
11	Moser Holding	Tageszeitung Abo	2%	nein
12	Netzwerk Kreidl GmbH	Domain Website und Server-Kosten	1%	ja
13	A1 Telekom	Internet Homeoffice Pillberg	1%	nein
14	Stadtwerke Schwaz	Internet	1%	nein
15	Schulungen	Tectrain, Wifi	9%	??
16	Fachliteratur	Zukunftsinstitut, PM Magazin, diverse	5%	??
	Sonstige	Kleinlieferanten, Gebühren, etc	4%	
	Summe		100%	35%

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt: 0%
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: 35%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bewertung	2
------------------	----------

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?
- Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Mein Unternehmen war und ist seit Beginn 2003 zu 100% mit Eigenkapital finanziert, um vollkommene Unabhängigkeit von jeglichen Banken zu haben und in keiner Weise in meinem unternehmerischen Dasein von einer Bank eingeschränkt zu werden.

Durch die finanziell solide Geschäftsbasis habe ich bis jetzt noch nie damit beschäftigt, Finanzierungen über Berührungsgruppen oder Ethikbanken zu analysieren.

Da es keinerlei Kredite gibt, benötigt es auch keine Ablöse von konventioneller Fremdfinanzierung.

Seit meinen Jugendjahren bin ich Kunde der VOLKSBANK Schwaz/Tirol, welche einen starken regionalen Fokus hat. Seit der Beschäftigung mit der GWÖ und den Nachhaltigkeitsthemen, habe ich gesehen, dass es andere Möglichkeiten gibt, welche ich in den nächsten Jahren evaluieren möchte. Dies betrifft auch die Veranlagungen (siehe B3).

Ich unterhalte bei der Volksbank Schwaz 1 Girokonto: 31.12.2019: 17.126,30

Meine **Versicherungen** habe ich mit folgenden Instituten abgeschlossen:

	2019	Nachhaltigkeit
• UBIT: Beraterhaftpflicht (Aon Versicherung)	135,47	Aon 2020 Impact Report
• Wiener Städtische: Betriebsunterbrechung	364,98	Corporate Responsibility Wiener Städtische
• HDI: Kfz-Versicherung	2.099,60	Geschäftsbericht Seite 31-37

Meine **Vorsorgekasse** ist die VBV, welche einen Ethikrat installiert hat und deren Veranlagung der Kundengelder nach klar definierten ethischen und ökologischen Grundsätzen erfolgt.

Per 31. Dezember 2019 habe ich dort 12.339,88 EUR veranlagt.

Verpflichtende Indikatoren	2019
----------------------------	------

• Anteil Eigenkapital in Prozent	100%
• Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	30,6%*
• Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital)	Nicht zutreffend

(*) Auskunft WKO KMU Forschung, Sparte Consulting.....Jahr 2014/2015

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Obwohl nicht oberste Priorität, werde ich mir den Zugang der Volksbank Schwaz zu Nachhaltigkeit genau anschauen und mögliche gemeinwohlorientierte Optionen (Sparda Bank) für mein Girokonto evaluieren. Dasselbe gilt für den Bereich der Versicherungen.

Bewertung	4
------------------	----------

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Über die Jahre wurde aus meinem Unternehmen immer nur das Notwendigste entnommen, sodass es auf soliden finanziellen Beinen steht und dementsprechend auch immer wieder Beiträge zur Risikovorsorgen geschaffen wurden.

Zukunftsausgaben werden nach Bedarf wohl überlegt getätigt, so zB im Jahre 2020 für die Optimierung von Online-Konferenzen eine Videokamera und ein Tischmikrofon.

2019 gab eine keinerlei Investition, da sowohl Laptop als auch Drucker noch funktions-tüchtig sind (Anschaffungsjahr 2015), und auch das Büro sehr gut eingerichtet ist.

Verpflichtende Indikatoren	2019	
Mittelüberschuss auslaufender Geschäftstätigkeit *)	17.376,39 EUR	
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (2021/2022 geschätzt)**)	8.500.- EUR	
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	2.875.- EUR	
	Fachliteratur	1.000.- EUR
	Weiterbildung	1.875.- EUR
Anlagenzugänge	0	
	Abschreibungen für Anlagen im Jahr 2019	5.279.- EUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn) Tsd. EUR	0	
Auszuschüttende Kapitalerträge Tsd. EUR, in...% vom Stamm- oder Grundkapital	0	

*) vor Unternehmerlohn

***) Neue Homepage 2021: 2.500.-; jährliche Weiterbildung: 2.500 EUR; Fachliteratur 500 EUR/Jahr

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Momentan keine

Bewertung	7
------------------	----------

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Ich kann bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

Bewertung	0
------------------	----------

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?
- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

In den nächsten Jahren werden sicherlich Ersatzinvestitionen im IT-Bereich fällig werden,

wo ich mir speziell im Drucker-Bereich Sharing-Modelle im Haus vorstellen könnte. Auch das Thema „Auto“ (und E-Mobilität) muss mittelfristig gelöst werden, was aber auch über Leasing-Optionen organisiert werden kann.

In meiner Bilanz befinden sich aus früheren Zeiten noch 3 Veranlagungen der Volksbank, welche als steuerliche Begünstigung von Staat GFB-gefördert wurden.

Stand per 31.12.2019: 18.448,37

Im Jahr 2020 habe ich meine privaten Veranlagungen sorgfältig analysiert und bin dabei diese Titel Schritt für Schritt in nachhaltige Veranlagungsformen (Fonds) speziell bei der Erste Bank umzuschichten.

Falls aus dem Verkauf von alten Veranlagungen Cash übrigbleibt, investiere ich auch geringere Beträge über die Plattform Green Rocket (www.greenrocket.com) in nachhaltige Start-Ups.

Verpflichtende Indikatoren		2019
Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	Tsd. EUR	0
Realisierung der ökologischen Investitionen		
Tsd. EUR und % des Bedarfs		0
Finanzierte Projekte		
Tsd. EUR % v. Veranlagung		0
Fonds-Veranlagungen		
Tsd. EUR % v. Veranlagung		0

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Momentan keine

Bewertung	2
------------------	----------

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Ich kann bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

Bewertung	0
------------------	----------

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Meine Unternehmen ist ein EPU ohne andere Beteiligten, Geldgeber oder Gesellschafter. Daher bin ich allein verantwortlich für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens, weshalb das Thema „Mitentscheidung“ eine geringe Rolle spielt.

Verpflichtende Indikatoren:

Eigenkapital als EPU zu 100% in meinem Besitz

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bei einigen Projektideen bin ich mir noch nicht sicher, ob ich diese über Kooperationen im Netzwerk abwickle, oder vielleicht doch intern jemanden aufbaue. Die Jahre 2021/2022 werden hierzu die Richtung weisen.

Bewertung	Trifft nicht zu
------------------	------------------------

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Ich kann bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

Bewertung	0
------------------	----------

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?
- Welche Maßnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?
- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Wenn ich meine Unternehmenskultur beschreibe, fallen mir die Begriffe „Flexibilität, Neugier, Kommunikation & Humor“ ein.

Das Thema „Flexibilität“ betrifft sowohl den Aspekt der Arbeitszeit als auch den Arbeitsort. Speziell die hohe Autonomie in meiner Zeiteinteilung stellt für mich das größte Asset der Selbständigkeit dar. Ich kann mir – bis auf mit dem Kunden definierte Trainingstage – die Arbeitszeit frei einteilen, was mir den Luxus ermöglicht, mittags mit unserem Hund spazieren zu gehen, manchmal untertags Sport zu betreiben (Tennis, Schwimmen, ...) und normalerweise am Freitag nachmittags nicht zu arbeiten.

Bezüglich Reisetätigkeit hat sich mein Verhalten ebenfalls über die Jahre stark verändert. Früher zu Veranstaltungen/Trainings mit dem Auto in der Früh (ab 4.00) gehetzt, versuche ich nun entspannt mit Zug am Vortrag anzureisen und mir auf meine Termine zeitlich immer genügend Puffer zu geben.

Bei jedem Training/Moderation etc. ist es mir wichtig, früh am Veranstaltungsort zu sein, um gut vorbereitet zu sein und mich auf den Event einzustimmen.

Bezüglich Arbeitsort habe ich mir von Beginn an ein externes Büro gegönnt, um Arbeit vom Privaten zu trennen. Auch wenn dies mit zusätzlichen Kosten verbunden ist, hat es einen hohen Einfluss auf meinen Arbeitszugang und meine Effizienz in der Arbeit. So gelingt es mir auch Arbeitsthemen „im Büro zu lassen“ und nicht mit mir herumzuschleppen.

Falls es manchmal nötig ist, arbeite ich auch von zuhause aus.

Weiters habe ich beschlossen, keine Kaffeemaschine in meinem Büro zu haben, um in den Pausen in lokalen Cafés meinen Espresso zu genießen und mit Leuten in Austausch zu kommen.

Die Gesundheitsförderung als EPU obliegt natürlich mir als Privatperson, wobei bei mir Sport und Natur eine große Rolle spielen. Die Zeit für Sportaktivitäten und Spaziergänge mit dem Hund nehme ich mir immer, sodass ich behaupten kann, dadurch sehr ausgeglichen zu sein. Zusätzlich zum Sport ernähre ich mich größtenteils vegetarisch.

Beim jährlichen Gesundheitscheck bei meinem Internisten wird die gesundheitliche Verfassung kontrolliert und bestätigt.

Zusätzlich zum körperlichen Ausgleich arbeite ich sporadisch mit einem Coach immer wieder an persönlichen, beruflichen Entwicklungsthemen.

(2019: 4x 2 Stunden EUR 1.000 + 2 Stunden Coaching mit Pferden EUR 250.-)

Die Neugier betrifft die Möglichkeit immer wieder neue Themenbereiche auszuprobieren und mit meinen bestehenden Kompetenzen zu verknüpfen, nicht mit dem Anspruch der Perfektion, sondern mit dem Ziel der gedanklichen Vernetzung.

Daher versuche ich auch jährlich in Ausbildungen zu investieren und Ausbildungen zu besuchen.

Schulungen	2019	Tage
Scrum Master (tetrain)	EUR 1.395.-	2
Lego Serious Play (WIFI)	EUR 480.-	2

Das Corona-Jahr 2020/2021 wurde intensiv für Weiterbildungsmöglichkeiten genutzt, speziell im Bereich Nachhaltigkeit (incite), GWÖ und Circular Economy (LIMAK), aber auch für Coaching-Techniken (Wingwave).

Zusätzlich wird immer wieder in Fachliteratur investiert, entweder einmalig oder im Abo:

Fachliteratur	2019	
Projektmanagement Magazin	EUR 72,67.-	Abo
Zukunftsinstitut (Wir-Kultur, Next Growth, Achtsamkeit)	EUR 609,64.-	3 Reports
Diverse PM Literatur (Gareis, Berleb..)	EUR 300.-	

Verpflichtende Indikatoren	2019
• Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	Seit 2003
• Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten	5 Tage
• Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen	0 Tage
• Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle	keine
• In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden	keine
• Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens	Nicht relevant
• durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten	Nicht relevant

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mein Ziel für 2021, 2022 ist eine vertiefte Weiterbildung in Nachhaltigkeitsthemen (GWÖ) und ein Weiterarbeiten an meiner strategischen Ausrichtung, teilweise mit externem Coaching.

Bewertung	5
------------------	----------

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Ich kann bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen?

Bewertung	0
------------------	----------

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?
- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt? Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen? Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Als Einzelunternehmer liegt es meiner Verantwortung einen Ausgleich zwischen Life/Work-Balance und „gutem“ Verdienst zu sorgen. Da ich in meiner Zeit als Angestellter und in einigen Jahren der Selbständigkeit sehr gut verdient habe und mir einen monetären Sicherheitspolster aufgebaut habe, entscheide ich sehr sorgfältig, wohin ich mein Unternehmen entwickeln möchte und in welcher Form (und Richtung) ich Akquise betreibe. Wir brauchen in unserem Leben keinen großen materiellen Luxus, weshalb jährliche Ertragsschwankungen nicht besorgniserregend sind.

Natürlich gibt es intensive Arbeitswochen, aber im Durchschnitt würde ich sagen, dass ich bei 30-35 Stunden Wochenarbeitszeit liege, wobei der Sommer tendenziell ruhiger ist. Zusätzlich investiere ich ca. 3-5 Stunden pro Woche in ehrenamtliche Projekte. Ich führe eine detaillierte Stundenerfassung, um sowohl für mich als auch für meine Kunden Transparenz zu schaffen und meine Prozesse weiter zu optimieren. Nicht erfasst wird häufig das Lesen von Literatur am Abend oder Wochenende, entweder zur Weiterbildung oder zur Inspiration.

Verpflichtende Indikatoren

Mein durchschnittlicher Unternehmerlohn (über die Jahre) liegt deutlich über dem „lebenswürdigen Verdienst“ (living wage) meiner Region.

Verbesserungspotenziale/Ziele: Momentan keine

Bewertung	0
------------------	----------

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Ich kann bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

Bewertung	6
------------------	----------

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?
- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

Ich ernähre mich seit einigen Jahren primär vegetarisch und achte auch auf Dienstreisen, dies in Hotels/Trainingslokationen zu berücksichtigen. Falls ich Einfluss auf die Menügestaltung bei meinen Kunden habe, stelle ich sicher, dass es immer eine vegetarische Alternative gibt.

Zusätzlich hat Regionalität einen hohen Stellenwert, weshalb wir großteils in einem lokalen Naturladen, bei einer Food-Coop („Speisekammer“) oder beim Bauern unsere Lebensmittel beziehen.

Ich verzichte auf Kaffee (und Varianten von Kapseln) im Büro und trinke primär Leitungswasser. Der Kaffee wird meistens in einer lokalen Bar konsumiert, welche als Getränke- Alternative auch Makava (GWÖ Betrieb) im Sortiment hat.

Mein Mobilitätsverhalten zum Arbeitsplatz stellt noch ein größeres Verbesserungspotential dar. Ich besitze seit 2015 einen SUV Volvo XC60, da ich am Berg wohne und einen Allrad-Antrieb benötige. Ich habe vorläufig entschlossen, dieses Auto im Sinne des Repair-Gedankens zu behalten, bis ich eine gute E-Lösung (die ja auch in der Herstellung kritisch ist) habe. Das Ziel ist den Einsatz meines Autos zu reduzieren.

Ein Ansatz, den ich 2021 ausprobieren möchte, ist die Variante E-Bike, um ins Büro (5km eine Wegstrecke) zu fahren.

Das würde wahrscheinlich auch die Dauerparkkarte bei der Gemeinde Schwaz (EUR 409,30) eliminieren, wenn ich eine wintertaugliche Variante finde.

Zu meinen Kundenterminen in größerer Distanz versuche ich primär mit dem Zug zu reisen, andere Kundentermine werden mit dem Auto (auch wegen Moderationsmaterial, etc.) erledigt. (Kosten ÖBB 2019: EUR 628,41)

Ich versuche mich über diverse Newsletter und Plattformen immer wieder zu neuen kleinen Veränderungen animieren zu lassen und versuche nun kleine Sachen (zb: keinen Coffee-to-go mehr seit 2021 -> „Udo“ als Alternative... www.udo-duo.com) sofort umzusetzen.

Verpflichtende Indikatoren	2019
• Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	60% (geschätzt)
• Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß	5%
• Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %	Viele Impulse/Ideen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wie schon oben beschrieben, möchte ich eine gute Lösung für meinen Arbeitsweg finden, die ressourcenschonend ist. Weiters sollen viele kleine Ideen, Ansätze sofort umgesetzt werden

Bewertung	2
-----------	---

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

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

Bewertung	0
-----------	---

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?
- Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?
- Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

Als Einzelunternehmer sind prinzipiell alle Daten leicht zugänglich und transparent. Ich habe festgestellt, dass ich beim Sichern meiner Festplatte über die Jahre nicht sehr konsequent war und daher der Datenzugang (speziell zu Alt-Daten) gefährdet war.

Deshalb habe ich mich entschlossen mit meinem IT-Partner eine Cloud-Lösung zu installieren, welche vielleicht umwelttechnisch nicht perfekt ist, aber die Daten automatisch speichert und ich dadurch kein Risiko habe, mein „Wissen“ und meine Daten zu verlieren.

Ein weiterer Schritt Richtung Transparenz ist die Veröffentlichung der GWÖ Bilanz, welche mir ermöglicht verinnerlichte Haltungen niederzuschreiben und Verbesserungspotentiale zu verfolgen.

Als 3. Kriterium der Transparenz vom mir als Unternehmer mit mir als Mitarbeitender ist die jährliche (manchmal alle 2 Jahre) Erarbeitung meiner Unternehmens-Strategie bzw. der kontinuierliche Review. Durch unterschiedliche Perspektiven habe ich das Gefühl, auch hier gute Bewusstseins-Transparenz zu schaffen.

Verpflichtende Indikatoren	2019
<ul style="list-style-type: none"> Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %). 	100%
<ul style="list-style-type: none"> Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %). 	Nicht relevant
<ul style="list-style-type: none"> Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %). 	Nicht relevant

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Sinne der Transparenz (nach innen und nach außen) sehe ich die Überarbeitung meiner Homepage, welche dann aktiver als Medium genutzt werden soll und die Themen GWÖ und Nachhaltigkeit schwerpunktmäßig repräsentieren sollen.

Bewertung	Trifft nicht zu
-----------	-----------------

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Trifft für ein EPU nicht zu

Bewertung	0
-----------	---

D1 Ethische Kundenbeziehung

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- Welche Kund*innen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, dass diese auch in den Genuss der Produkte/Dienstleistungen kommen können?

Seit dem Beginn meiner Selbständigkeit erfolgt die Kundengewinnung ausschließlich über persönliche Kontakte, Referenzen und Kooperationen. Äußerst selten ergeben sich Anbahnungen bei Veranstaltungen, da ich selten Wirtschaftsevents besuche und nicht Teil von Business Netzwerken (BNI etc.) bin.

Ich bin Mitglied bei den Portalen XING und LinkedIn, allerdings werden diese Portale nicht aktiv von mir genutzt und es kam noch nie ein Auftrag über diese Plattformen zustande. Meine Homepage dient als elektronische Visitenkarte und wird nun im Rahmen der GWÖ-Aktivitäten einem Re-Launch unterzogen.

Ich verwende keinerlei Flyer, Broschüren oder schon gar keine Massenmailings, und arbeite auch nicht mit telefonischer Kalt-Akquise.

Am Anfang eines Auftrags gibt es immer ein kostenloses Kennenlerngespräch und dann wird mein Verständnis des Ziels in einer Kurzpräsentation zusammengefasst, welche manchmal dann auch als Auftragsbestätigung verwendet wird. Es ist mir äußerst wichtig, am Beginn meine Rolle, die Ziele und die Nicht-Ziele mit dem Kunden gemeinsam transparent zu definieren. Noch vertiefender läuft dieser Prozess im Coaching, um einen sauberen Coaching-Auftrag am Beginn herauszuarbeiten.

Mit den Stammkunden wird über Projekt-Briefings und Feedbackgespräche (manche Kunden arbeiten mit Evaluierungsbögen am Ende von Trainings) kontinuierlich die Beziehung gehalten und gepflegt. Speziell im Trainingsbereich gibt es zu den jährlichen Budgetphasen meistens Planungsgespräche mit den Kunden, welches Angebot und welche Adaptierungen für das neue Geschäftsjahr geplant werden. So kann sichergestellt werden, dass das Angebot kundenorientiert erarbeitet und ständig verbessert wird.

Bezüglich Honorarhöhe variiert der Tagsatz abhängig von der Unternehmensgröße (und Internationalität) und der Art der Dienstleistung (Beratung, Training, Zertifizierung, Interim Management, Coaching).

Beratung, Training: Tagsatz 1.300 -1.900 EUR

Interim-Management: Tagsatz 1.000 EUR+ (abhängig von Volumen des Auftrags)

Coaching: Stundensatz 100 (Privatkunden) – 200 EUR

Bei Beratungsaufträgen kann es in sehr seltenen Fällen vorkommen, dass mit Pauschalen gearbeitet wird, abhängig vom Kundenwunsch.

Für Kund*innen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu meinen Leistungen gibt es reduzierte Tagsätze und flexible Zahlungskonditionen. Mein Büro ist barrierefrei erreichbar.

Verpflichtende Indikatoren	2019
<ul style="list-style-type: none"> Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen 	EUR 79,50 (XING Mitglied)
<ul style="list-style-type: none"> Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in % 	Nicht relevant
<ul style="list-style-type: none"> Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein 	Nicht relevant
<ul style="list-style-type: none"> Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird. 	0%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Jahre 2020/2021 habe ich beschlossen, vermehrten Fokus auf Coaching zu legen, um mit Menschen an ihren Visionen und ihrer Zukunftsfähigkeit zu arbeiten. Da es sich meist um Privatpersonen handelt, wird der Tagsatz niedrig angesetzt und die Konditionen variabel gestaltet.

Weiters bin ich dabei ein Mentoring-Programm für Migranten zu etablieren, um diesen den Arbeitseinstieg am Markt entsprechend ihrer Qualifikation zu erleichtern. Die Mentees sollen dabei nichts zahlen, sondern das Programm soll über Förderungen und Unternehmen finanziert werden.

Weiters möchte ich bei einer internationalen Initiative „Seeds for Sustainability“ (<https://seeds-for-sustainability.com/>) Projektmanagement-Trainings online anbieten, welche speziell für NGOs & Nachhaltigkeits-Initiativen gedacht sind, um deren Projekte effizienter abzuwickeln.

Bewertung	2
------------------	----------

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Ich bestätige, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden!

Bewertung	0
------------------	----------

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Als EPU war ich von Anfang an darauf bedacht, mir ein gutes Netzwerk an Kontakten und Kooperationen aufzubauen.

In meinem Beratungsbereich „Strategie“ und „Projektmanagement“ kommt es immer wieder zu Situationen, in denen speziell Organisationsentwickler, Steuerberater und andere Spezialisten benötigt werden.

In der Trainingskonzeption für Projektmanagement verfolge ich einen ganzheitlichen Ansatz, weshalb immer wieder Spezialisten für Sozialkompetenzen hinzugezogen werden. Bei einem Stammkunden praktiziere ich seit Jahren hierbei eine erfolgreiche Kooperation mit Connect Competence (<https://connectcompetence.net/>) .

Im Bereich Projektmanagement bin ich Mitglied der PMA (Projekt Management Austria) und nehme auch regelmäßig an PMA Lounges teil oder stelle mich als Vortragender zur Verfügung. Eine enge Kooperation besteht mit einem weiteren Projektmanagement-Berater – Günther Rainalter ([Günther Rainalter Consulting | IPMA Projektmanagement Experte \(grc.or.at\)](http://www.grc.or.at)), für den ich den Bedarf an englischen Trainings abdecke und wir uns quartalsweise zu PM-Themen austauschen.

Zusätzlich versuche ich mein Netzwerk zu nutzen, um junge, lokale Unternehmen mit Aufträgen zu versorgen (zb: [pia – Agentur für Grafik & Design \(pia-grafikdesign.at\)](http://www.pia-grafikdesign.at))...Untermieterin in meinem Büro)

Verpflichtende Indikatoren	2019
<ul style="list-style-type: none"> • Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil) 	5% (da wenig neue Produkte in 2019)
<ul style="list-style-type: none"> • Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt: 	0%
<ul style="list-style-type: none"> • In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3) 	•
<ul style="list-style-type: none"> ○ Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards 	Ja, im regionalen Bereich..
<ul style="list-style-type: none"> ○ Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying) 	Nein
<ul style="list-style-type: none"> ○ Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards 	Nein

<ul style="list-style-type: none"> • Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen 	Nicht relevant
<ul style="list-style-type: none"> • Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen <ul style="list-style-type: none"> ○ anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? ○ der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge) 	2019 keine
<ul style="list-style-type: none"> • Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an andere Unternehmen zur Unterstützung weitergegeben wurden. 	keine

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In den nächsten Jahren verfolge ich 3 Ziele:

Erstens eine intensive Vernetzung mit dem GWÖ-Berater-Netzwerk und dem GWÖ Verein in Tirol, um in unserer Region den GWÖ-Gedanken weiter zu verbreiten.

Zweitens einen regen Austausch mit Regionalmanagements, Gemeinden und öffentlichen Organisationen (itworks, AMS, ...), um regionalen, nachhaltigen Initiativen eine Plattform zu bieten und sie bei der Umsetzung von Projekten zu unterstützen.

Und drittens aktiver Teil der Bewegung „Seeds for Sustainability“ werden und international Projekte unterstützen.

Bewertung	3
------------------	----------

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfrage

Ich kann bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird!

Bewertung	0
------------------	----------

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?

Der Papierverbrauch war gerade im Trainingsbereich eine potentielle Quelle für Ressourcen-Verschwendung. Ich bin nun dazu übergegangen, meine Skripten denn Kunden elektronisch zur Verfügung zu stellen incl. einer Empfehlung für 2:1 -Druck. Manche Kunden wollen immer noch Handouts für ihre Teilnehmer, aber auch hier ist ein Umdenken im Gange.

Da ich sehr viel in meinen Workshops mit Flipcharts arbeite, versuche ich – so gut es geht – Recyclingpapier (Ursus, Staufen) zu verwenden. In meinem Büro wird für notwendige Ausdrücke prinzipiell nur Recycling- Papier verwendet.

Als Drucker verwende ich einen alten Tintenstrahldrucker (HP Officejet Pro 8620), welcher irgendwann einmal ausgetauscht werden muss.

Die ökologischen Auswirkungen durch mein Mobilitätsverhalten wurden in C3 und E3 bereits erläutert. Die Umstellung auf Online-Veranstaltungen im Trainingsbereich hat hier bereits in den Jahren 2020 und 2021 zu einer erheblichen Veränderung geführt.

Fall es Präsenz-Veranstaltungen im Training (Teilnehmeranzahl 8-12), reise ich immer zum Kunden bzw. Seminarhotel, da sonst der ökologische Impact multipliziert würde.

Das Thema Nachhaltigkeit und GWÖ soll in Zukunft zu einem neuen Beratungsschwerpunkt für mich werden, wobei ich dann den Schwerpunkt auch regional (Tirol) setzen möchte. Auch dieser Faktor sollte einen Einfluss auf mein zukünftiges Mobilitätsverhalten haben.

Aber auch der inhaltliche Fokus auf GWÖ sollte bei den Kunden ein Umdenken generieren und so indirekt Einfluss auf Verbesserungen im ökologischen Bereich darstellen.

Die oberste Maxime in der Kundenkommunikation ist Transparenz und Dialog.

Daher kommt es jedem Prozess (Training, Beratung und Coaching) zu folgenden Schritten, um Ineffizienzen (und damit verbundenen Änderungsschleifen) im Prozess und im Inhalt zu minimieren:

- Auftragsklärungsgespräch (persönlich und telefonisch)

- Verschriftlichung des Gesprächs zur Dokumentation der Erwartungen
- Konzept, Vorgehensweise und Angebot
- Persönliche Besprechung des Konzepts und Angebots, bzw. Beauftragung
- Verschriftlichung der Projektschritte, Termine und nächsten Schritte
- Kontinuierliches Feedback nach Meilensteinen
- Abschlussevaluierung, um für zukünftige Aktivitäten zu Lernen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Momentan keine

Bewertung	2
------------------	----------

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Ich kann bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologische Auswirkungen gibt?

Bewertung	0
------------------	----------

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?
- Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?

In der Konzeption der Beratung und speziell des Trainings wird stark auf die Bedürfnisse des Kunden eingegangen, um zielgruppen-spezifisch den maximalen Nutzen für das Unternehmen zu erreichen.

Der Kunde hat jegliches Mitspracherecht bei der Konzeption, als auch bei der Durchführung, weshalb es mir wichtig ist, regelmäßige Feedback-Schleifen im Prozess (Beratung, Training..) zu verankern.

Falls es zu Änderungswünschen im Prozess-Design, den Inhalten oder zu einer Verschiebung von Prioritäten kommt, wird von mir die Vorgehensweise adaptiert.

Ein Beispiel eines modularen, zielgruppenspezifischen Trainings- Aufbaus anbei:

Projektmanagement Mindset	Projektmanagement Advanced	Projektmanagement Special	Projektmanagement IPMA Zert
Wer • PL, PTMs, Mitarbeiter in Projekten Voraussetzung - keine Inhalte Einstieg ins Projektmanagement - P-Organisation (Rollen) - Projekt-Stakeholder und Kommunikation - Projekt-Ziele - Übersicht der Projekt-Planung Dauer: 1 Tag Ort: dezentral	Wer • PL oder PTMs Voraussetzung - Basic Inhalte •Wissensaufbau nach IPMA und Firmen -Prozess - Projektplanung - Kick-off - Projektcontrolling - Projektmarketing - Projektabschluss Dauer: 2 Tage Ort: dezentral	Wer • PL oder PTMs mit Erfahrung Voraussetzung - Basic - Advanced Inhalte Vertiefung in ausgewählten Schwerpunktthemen • Risikomanagement • Spezifische Herausforderungen in internationalen Projekten • P-Controlling Dauer: 1 Tag Ort: Zentral (oder dezentral)	Wer • PL oder PTMs mit Erfahrung Voraussetzung - Mindset und Advanced - Teilnahme an 2 definierten Sozialkompetenz-Modulen - Erstellung PM-Report Inhalte: • Vertiefung Projekt Management • PMO, Programm • Kompetenz-Elemente ICB • Verknüpfung Sozialkompetenz („Workshop“) Dauer: 2 Tage +1 Tag Zert-Vorbereitung Ort: Zentral

Falls aus meiner Sicht der Kundennutzen nicht mehr gegeben ist, oder es Zeit ist, Prozesse und Trainings intern zu übernehmen, wird dies dem Kunden klar kommuniziert und es wurden sogar in der Vergangenheit auch schon Aufträge (Beratung) von meiner Seite beendet.

Sozial-ökologische Verbesserungen vom Kunden werden gerne aufgegriffen bzw. häufig diskutiert. So haben sich zum Beispiel im Jahr 2020 die Online-Trainings hervorragend bewährt und werden nun auch in Zukunft weiter forciert. In längeren Lehrgängen oder Workshop-Reihen wird es vermutlich zu einem Blended Learning Approach kommen.

Wie schon erwähnt, sind alle meine Leistungen im Angebot mit dem Kunden transparent dargestellt und kommuniziert. Unterstützend führe ich in meinem Leistungscontrolling detaillierte Stundenaufzeichnungen, sodass der Kunde jederzeit Einblick in die Abrechnungsdetails hätte (was in 18 Jahren Selbständigkeit erst 1x nachgefragt wurde).

Verpflichtende Indikatoren	2019
<ul style="list-style-type: none"> Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind. 	Keine
<ul style="list-style-type: none"> Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes). 	Nicht relevant
<ul style="list-style-type: none"> Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes). 	0%

Durch die Veröffentlichung der GWÖ-Matrix wird ebenfalls die Transparenz für den Kunden gefördert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ziel ist 2021 und in den Folgejahren vermehrt in das Thema „Purpose Consulting“ einzusteigen und gemeinsam mit Unternehmen und Einzelpersonen zukunftsfähige Modelle zu entwickeln. Da würde ich meine Rolle sowohl als Berater als auch als Teilhaber sehen. Im Trainingsbereich wird es sicherlich weiterhin zu einem höheren Fokus auf Online-Trainings kommen und neue „reise-effiziente“ Formate mit den Kunden entwickelt werden.

Bewertung	4
------------------	----------

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Ich kann bestätigen, dass meine Produkte/Dienstleistungen keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen!

Bewertung	0
------------------	----------

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Welche der neuen Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte/Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen/ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte/Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert? (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)

Meine Dienstleistungen im Projektmanagement (Training und Beratung) dienen prinzipiell dazu, Projekte zielorientiert und effizient in einem Team unter Einbeziehung der Stakeholder abzuwickeln.

Ich lege in meinem Approach einen hohen Fokus auf die Sozialkompetenzen, die ein wesentlicher Faktor für Projekterfolge darstellen. Der Mehrfachnutzen sollte gegeben sein!

Persönliche und Soziale Kompetenzelemente („People“)	Technische Kompetenzelemente („Practice“)
2.01 Selbstreflexion und Selbstmanagement	3.01 Projektdesign
2.02 Persönliche Integrität und Verlässlichkeit	3.02 Anforderungen und Ziele
2.03 Persönliche Kommunikation	3.03 Leistungsumfang und Lieferobjekte
2.04 Beziehungen und Engagement	3.04 Ablauf und Termine
2.05 Führung	3.05 Organisation, Information und Dokumentation
2.06 Teamarbeit	3.06 Qualität
2.07 Konflikte und Krisen	3.07 Kosten und Finanzierung
2.08 Vielseitigkeit	3.08 Ressourcen
2.09 Verhandlungen	3.09 Beschaffung
2.10 Ergebnisorientierung	3.10 Planung und Steuerung
	3.11 Chancen und Risiken
	3.12 Stakeholder
	3.13 Change und Transformation

Zusätzlich zeichnen sich erfolgreiche Projektteams durch eine inspirierende Projekt-Kultur aus, welche einige Grundbedürfnisse von Menschen im Arbeitsumfeld abdeckt (Zugehörigkeit, Geborgenheit, kreatives Schaffen, Empathie, Identität/Sinn...). In meinen Projektmanagement-Trainings geht es auch darum, das Bewusstsein für die eigenen Gestaltungsmöglichkeiten für diese Aspekte bei den Teilnehmern zu stimulieren.

Bei meinem Coaching fokussiere ich mich primär auf Visionsarbeit, um Privatpersonen zu begleiten, ihren „Purpose“ zu finden oder Unternehmer, die sich zukunftsfit machen wollen. In beiden Fällen geht es häufig um Sinn und das ist definitiv ein Geschäftsbereich, den ich in Zukunft intensivieren möchte.

Bei meinen früheren strategischen Projekten (..und Interim-Management) könnte man vielleicht diskutieren, ob wirklich Grundbedürfnisse aller Beteiligten tangiert wurden, aber ich habe mich entschieden, diese Aktivitäten in Zukunft auch nicht mehr weiter zu verfolgen.

Verpflichtende Indikatoren	2019
Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:	
1. Erfüllte Bedürfnisse	
• decken Grundbedürfnisse	100 %
• Statussymbol/Luxus	0%
2. Dienen der Entwicklung	
• der Menschen	70%
• der Erde/Biosphäre	0%
• löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen	30% (Projektinhalte)
3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:	
• Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen	100%
• Hemmender/Pseudo-Nutzen	0%
• Negativnutzen	0%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In den Jahren 2021/2022 möchte ich als Beratungsschwerpunkt GWÖ fokussieren und stark purpose-orientierte Strategieberatung machen. Das Thema Nachhaltigkeit mit dem Kerntool GWÖ-Bilanz sollte ganz klar ein Fokus meiner zukünftigen Arbeit werden.

Bewertung	2
-----------	---

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Ich kann bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Bewertung	0
-----------	---

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?
- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird?

Seit meiner Gründung 2003 entrichte ich Einkommenssteuer, zahle pünktliche meine Sozialversicherungsbeiträge, Wirtschaftskammerumlagen und die Tourismusabgabe in der Region. Bis zum Jahre 2020 (Corona) wurden keinerlei Förderungen in Anspruch genommen.

Ich bin Teil des Freiwilligenzentrums Schwaz (www.freiwilligenzentren-tirol.at) und engagiere mich seit 2015 für Flüchtlinge.

Seit 2018 betreue ich als Mentor jährlich einen Mentee (Asylant mit Fluchthintergrund), mit dem Ziel, am regionalen Arbeitsmarkt entsprechend seiner Qualifikation einen Arbeitsplatz zu finden.

Seit 2020 bin nun auch Mitglied im Regionalverein GWÖ Tirol und möchte mich auch da bei Projekten einbringen.

Der Eigennutzen der Arbeit mit anderen Kulturen besteht in einer immensen interkulturellen Bereicherung und dem Kennenlernen vieler anderen Perspektiven, was ich sehr gut in meine (Arbeits-)Welt transferieren kann.

Der Eigennutzen des Engagements für die GWÖ könnte dadurch entstehen, dass auch Beratungs-Aufträge entstehen, aber das ist definitiv nicht das Primärziel.

Zusätzliche unterstütze ich durch Spenden noch 2 Patenschaften - 1 Mädchen in Südafrika (<https://themba-labantu.de>) und 1 Jungen in Peru (<https://www.sos-kinderdorf.com>), jeweils EUR 480.- pro Jahr.

Verpflichtende Indikatoren	2019
Umsatz (in EUR)	51.745
Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:	
• effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)	10.000
• lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber	10.816
• abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen	0
Wertschöpfung	11.647
Nettoabgabenquote	178%
Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an betrieblichem Nutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)	960 EUR

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Natürlich möchte ich mein Engagement für die GWÖ in den nächsten Jahren ausbauen und in Vorträgen etc. in meiner Region weiterzubringen.

Zusätzlich schwebt mir ein Ausbau des Mentoring-Programms als Privatinitiative in Zusammenarbeit mit AMS und Regionalmanagement vor.

Und ich möchte mit Freunden eine Plattform (ACT-Tank) gründen, wo sich nachhaltige Projekte vernetzen können.

Bewertung	4
------------------	----------

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

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

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

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

Bewertung	0
------------------	----------

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?
- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Die größte Emissions-Belastung geht sicherlich immer noch von meinen Dienstreisen aus. In früheren Jahren hatte ich viele internationale Kunden und speziell im Bereich Interim-Management pendelte ich zu unterschiedlichen Lokationen (UK, Malaysia,...) mit dem Flugzeug. Durch einen vermehrten Fokus auf Trainings reduzierten sich die Flugreisen signifikant. 2019 fuhr ich immer noch recht viel mit dem PKW zu meinen Kunden, wobei auch schon da lange Strecken mit der Bahn (ÖBB) zurückgelegt wurden.

Im Jahr 2020 wurden viele Trainings corona-bedingt auf Online-Veranstaltungen umgestellt, was ich sicherlich auch weiterhin in meinem Angebot beibehalten möchte (So wurden zB 2021 schon Reisen nach Moskau oder Zagreb eingespart.).

Je nach zukünftiger Lösung für meinen PKW sollte es in den weiteren Jahren dann eine emissionsfreie Lösung geben.

Mein Büro befindet sich in einem Stadthaus und ich bekomme einmal jährlich die Abrechnung der Betriebskosten. Bis jetzt habe ich die Kostendetails noch nie analysiert, werde dies aber nun bis zur nächsten GWÖ-Bilanz machen.

Ich habe 2 Räume gemietet, wobei 1 Raum untervermietet wird (pia-grafikdesign.at). Alle Kosten werden von mir in Abstimmung mit der Untermieterin aufgeteilt.

Die Stromkosten beliefen sich im Jahr 2019 auf EUR 200.- :

Energieträger	Versorgermix	
Wasserkraft	86,07 %	
Windenergie	8,38 %	
Biomasse fest od. flüssig	3,35 %	
Sonnenenergie	1,23 %	
sonst. Ökoenergie	0,97 %	
Summe	100,00 %	

Die verwendeten Herkunftsnachweise stammen zu 100 % aus Österreich.

Bei der Erzeugung des vorliegenden Versorgermixes fallen weder CO₂-Emissionen noch radioaktive Abfälle an.

In unserem Bürohaus herrscht strikte Mülltrennung, so befinden sich im Haus Boxen für Papier, Plastik, Karton, Metall, Biomüll und Restmüll.

Umweltkonten	Verbrauch	CO2
· Ausstoß klimawirksamer Gase in kg		
· Transporte (und dessen CO ₂ Äquivalent) in km bzw. kg	27.000 km	
· Benzinverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg	2430 Liter	11.400
· Stromverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	831 kWh	100
· Gasverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	***	
· Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C	***	***
· Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m ³	sehr geringfügig	
· Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg	keine	
· Papierverbrauch in kg	8	22
· Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg	sehr geringfügig	
· Kunstlicheinsatz in Lumen, kWh	176	
· Schadstoffemissionen in kg	keine	

*** Daten nicht verfügbar, da extern gemietetes Büro

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Für dienstlich absolut notwendige Flugreisen möchte ich gerne CO₂- Kompensation betreiben und mir auch für den PKW ein km-Limit setzen, über welchem ebenfalls kompensiert wird. Für die Anreise ins Büro wäre ein E-Bike eine Option. Weiters möchte ich meinen persönlichen Papierkonsum im Büro reduzieren.

Bewertung	1
------------------	----------

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Ich kann bestätigen, dass das Unternehmen nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet!

Bewertung	0
------------------	----------

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?
- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Mit der Erstellung meiner ersten GWÖ-Bilanz und der anschließenden Veröffentlichung auf meiner Homepage wird der erste richtige Meilenstein in Richtung Transparenz geschaffen. Die Homepage informiert auch jetzt schon über meine Leistungsinhalte und meine Herangehensweisen, soll aber im Jahre 2021 überarbeitet und noch klarer in der Aussage werden.

Der Leistungsinhalt meiner Projektmanagement-Trainings ist prinzipiell klar kommuniziert, da diese einem internationalen Standard (ICB) der IPMA (PMA für Österreich...www.pma.at) entsprechen.

Falls ich in Lehrgängen mit anderen Vortragenden in unterschiedlichen Modulen zusammenarbeite (zB für die LIMAK), legen ich immer höchsten Wert auf eine gute Abstimmung zwischen den Vortragenden, damit für die Teilnehmer ein gemeinsamer Auftritt gewährleistet ist.

Bei meinen neuen Projekten („Mentoring-Plattform“, „ACT-Tank“ für nachhaltige Initiativen) kommt es zu einer intensiveren Einbindung von Berührungsgruppen, durch Stakeholder-Interviews in der Konzeption und durch ein koordiniertes Vorgehen mit zB Regionalmanagement, anderen Vereinen oder auch öffentlichen Stellen (itworks, AMS, etc.).

Falls Projekte mir anderen Kooperationspartners geplant oder in der Beratung begleitet werden, erfolgt die Einbindung der Kooperationspartner von der Konzeption bis zu einer gemeinsam Schlussevaluierung.

Verpflichtende Indikatoren	
• Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung	Im Jahr 2021
• Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)	

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wie erwähnt, arbeite ich an der Erstellung einer neuen, transparenten Homepage incl. Veröffentlichung meiner GWÖ-Bilanz im Jahre 2021. Weiters möchte ich dabei auch eine Möglichkeit finden, regelmäßig Gedanken/Inspirationen zu Nachhaltigkeitsthemen zu publizieren (Blog??), um in den Austausch mit Berührungsgruppen zu kommen.

Bewertung	1
------------------	----------

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Ich kann bestätigen, dass ich keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet?

Bewertung	0
------------------	----------

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Im Jahr 2021 möchte ich den GWÖ-Gedanken in meinem Tun und Handeln verankern und langsam als GWÖ-Berater in Tirol tätig werden. Diese Tätigkeit und dieser Fokus sollte dann 2022 intensiviert werden auch in Zusammenarbeit mit dem Regionalverein GWÖ Tirol.

Die Homepage muss daher überarbeitet werden, um auch in der Kommunikation nach außen GWÖ-transparent zu werden.

Bei den Verbesserungsansätzen gibt es kurzfristig sicherlich einen Schwerpunkt bei der Mobilität und bei der pro-aktiven Befragung von Lieferanten bzw. Berührungsgruppen (incl. Banken, Versicherungen).

Langfristige Ziele

In 3- 5 Jahren hätte ich gerne ein Geschäftsfeld GWÖ-Beratung, mit dem ich sowohl Unternehmen als auch Gemeinden auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit begleiten kann. Parallel dazu stelle ich mir vor, Initiativen mit Netzwerken zu gründen, um viele kleine GWÖ-orientierte Projekt entweder zu initiieren, zu begleiten oder sogar in Kooperationen durchzuführen. Ein weiteres Ziel könnte es sein, internationale GWÖ-Tätigkeiten zu forcieren (<https://seeds-for-sustainability.com/en/>)

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Den Bericht habe ich als EPU allein erstellt und dabei speziell bei einigen Lieferanten nachgefragt.

Es wurden ca. 40-45 Personen-Arbeitsstunden dafür aufgewendet?

Datum: 22. Juni 2021