

# GEMEINWOHL-BERICHT 2012



## UNTERNEHMEN

**Firmenname:** Kleindienst outdoor-assisted-development

**Inhaber:** Mag. Ulrike und Ing. Wolfgang Kleindienst

**Firmensitz:** A – 3822 Karlstein, Goschenreith 23

**Homepage:** [www.oad-kleindienst.at](http://www.oad-kleindienst.at)

**Mail:** [office@oad-kleindienst.at](mailto:office@oad-kleindienst.at)

**Branche:** Unternehmensberatung/Personalentwicklung, Weiterbildung, Outdoortrainings, tiergestützte pädagogische/therapeutische Arbeit, heilpädagogische Intensivbetreuung,

**Anzahl der MitarbeiterInnen:** 2 gewerblich befugte EPUs, ein geringfügiges DV (Sohn),

**Berichtszeitraum:** 2012

## VORWORT

Der Entschluss einen Gemeinwohlbericht zu erstellen basiert auf dem Bedürfnis, möglichst ganzheitlich und nachhaltig zu wirtschaften, damit einen handfesten Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten und in dieser Hinsicht auch als Vorbild für andere Unternehmen zur Verfügung zu stehen. Wir betrachten es als menschliche Pflicht und Notwendigkeit, das bestehende Wirtschaftssystem zu hinterfragen und eine positive Entwicklung zum Wohl Aller zu unterstützen.

Die neue Definition des Wertesystems (weg vom Wirtschaftswachstum zur Optimierung des Gemeinwohls) ist uns eine Herzensangelegenheit. Im Rahmen unserer Möglichkeiten wollen wir unseren bestmöglichen Teil dazu beitragen.

Der Gemeinwohlbericht scheint ein praktikables Instrument dafür zu sein, ein möglichst breites Spektrum an Indikatoren zu hinterfragen und zu überlegen, wo Verbesserung möglich ist.

Bei der Einschätzung der einzelnen Subindikatoren und Festlegung auf prozentuelle Angaben, wollen wir im Vorwort von diesem Bericht darauf hinweisen, dass wir damit keine vergleichbaren Zahlen in Bezug auf verschiedene Unternehmen untereinander zur Verfügung stellen, sondern vielmehr ein geeignetes Reflexionsinstrument für die individuelle Weiterentwicklung unseres Unternehmens betreiben wollen.

## TÄTIGKEITSBEREICHE

Ing. Wolfgang Kleindienst hat, nach 18 jähriger Berufslaufbahn als Angestellter und Führungskraft in sozialen, wirtschaftlichen und touristischen Arbeitsbereichen, im Jahr 2000 ein Unternehmen mit dem Motto „Zeit zum Leben“ begonnen. Der damalige Schwerpunkt wurde nebenberuflich, teilweise auch als Hobby betrieben und richtete den Schwerpunkt auf Freizeit, Erlebnis und Abenteuerangebote (Lamatrekking, Kanuwandern). Gewerbeberechtigung: Geführte Wanderungen und Erlebnistouren.

Mag. Ulrike Kleindienst hat, nach 18 jähriger Berufslaufbahn im Management von Regionalentwicklungsprojekten (NÖ Dorf- und Stadterneuerung), in der Erwachsenenbildung und in sozialpädagogischen Bereichen im Jahr 2001 die Gewerbeberechtigung für Unternehmensberatung gelöst und ein Einzelunternehmen „DIE Regionalberatung“ (DIE stand für **dynamisch - initiativ – ergebnisorientiert**) begonnen. Nach der erfolgreichen Abwicklung von einigen gemeinwesenorientierten Projekten (Bildung, Tourismus, Regionalentwicklung) stellte sich heraus, dass eine langfristige Tätigkeit in diesem Feld im Rahmen eines Einzelunternehmens letztendlich selbsterfüllend und wirtschaftlich unbefriedigend ist. Engagement, Kosten, Aufwand und Nutzen standen in keinem ausgewogenen Verhältnis.

Die Ressourcen wurden also 2005 gebündelt, die Träume entstaubt und neu durchgestartet. Wolfgang hat die Ausbildung zum Dipl. Outdoortrainer gemacht und auch eine Gewerbeberechtigung zum Unternehmensberater erworben. Gemeinsam haben wir die Firma Kleindienst **outdoor - assisted - development** entwickelt, die mittlerweile zwei gewerberechtlich befugten Einzelunternehmern eine volle Auslastung bietet. Wir haben gemeinsame Ideale, Firmensitz und Firmenname ist identisch und darüber hinaus sind wir miteinander verheiratet. Unsere beiden Söhne (1992 und 1995) haben während ihrer Schulausbildung eine geringfügige Beschäftigung (als Büro- und Outdoorassistenten) im Unternehmen erhalten. Fallweise beschäftigen wir auch PraktikantInnen (einen landwirtschaftlichen Facharbeiter in Ausbildung und StudentInnen der Vet. Med. vom Lehrgang für tiergestützte Pädagogik).

Sämtliche Ressourcen werden auf der Basis der wachsenden Erfahrungsschätze intensiv im Bereich **trainings - seminare - projekte** eingesetzt. Dabei hat erfahrungsorientiertes Lernen (EOL) in der Natur hohe Priorität. Zielgruppen sind Unternehmen im Profit-, als auch im Socialprofit und Nonprofitbereich, MitarbeiterInnen, Führungskräfte, LehrerInnen und SchülerInnen. Wir begleiten und initiieren soziales Lernen, Reflexionen zu verschiedensten Themen, Prozesse der Teamentwicklung und Teambuildingprojekte.

Im Bereich **freizeit - erlebnis - abenteuer** gibt es nach wie vor Lamatrekkingtouren, Wasseraktivitäten auf der Thaya (Wanderkanus, selbstgebautes Floß) und Bogenschießen.

Weiteres besteht auch der Bereich der **tiergestützten Intensivbetreuung** im Sonder- und Heilpädagogischen Kontext, therapeutisches Reiten sowie **tiergestütztes Coaching und Training für Führungskräfte** (und solche die es werden wollen) mit Pferden, Lamas und Therapiehund Mentor.

## Aufschlüsselung der Dienstleistungen

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz in %
Incentives bzw. Events (Betriebsausflüge ...)	12,97
Trainings für Firmen	10,66
Erlebnisorientiertes Soziales Lernen für SchülerInnen	25,48
Floßbauworkshops	5,71
Bogenschießworkshops	0,98
Schulprojekte (A&E Tage, Kanu-Bogen)	18,02
Lamawanderungen	6,51
Kanuveranstaltungen für Individualgäste	9,16
Tiergestützte Intensivbetreuung	5,18
Therapeutisches Reiten	5,32
	100

## DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Zusammenfassung der bisherigen Aktivitäten vor der Gemeinwohl-Bilanz

Es lag uns von Anbeginn jeglicher beruflichen Aktivitäten immer am Herzen, in einem sinnerfüllten Kontext tätig zu sein. Die Ausrichtung auf das Gemeinwohl zieht sich wie ein roter Faden durch die gesamte Berufslaufbahn. Als Dienst- bzw. Auftraggeber können wir folgende Projekte bzw. Institutionen aufzählen:

- Lebenshilfe NÖ – Einrichtung für behinderte Menschen
- Textilwerkstatt Groß Siegharts – sozial ökonomisches Beschäftigungsprojekt des AMS NÖ im Auftrag des Vereins Weben und Leben
- Hotel- und Projektmanagement Liebnitzmühle und ASB Friedreich
- Eibe Waidhofen/Thaya – Einrichtung für berufliche Entwicklung des AMS NÖ
- NÖ Dorf- und Stadterneuerung, Gemeinde- und Regionalentwicklung
- DorfWERKStadt Waldviertel - Angebotsentwicklung für Dorfgemeinschaftshäuser (im Auftrag der Arge Region Kultur)
- Grenzüberschreitendes Impulszentrum Thayaland – Projektentwicklung, Einreichung (im Auftrag kooperierender Mitgliedsgemeinden)
- Grenzgeschichten – Kulturprojekt im Rahmen des Waldviertelfestivals (im Auftrag DI Dr. Rottenbacher)
- Internationalpark Thayatal/Podyji – Touristische Angebotsentwicklung (im Auftrag der Österreichischen Arbeitsgemeinschaft für Regionalentwicklung)

- Waldviertler Wander Web – Mobile Computerkurse (im Auftrag der Arge Region Kultur und NOEL – New Opportunities for Equality in Lower Austria)
- Pferdereion Nordwald – Vernetzung Betriebe, Reitwege, Angebotsentwicklung (im Auftrag der Arge Pferdereion Nordwald)
- Regionalbetreuung von Gesunden Gemeinden und Schulen (im Auftrag von Gesundes Niederösterreich)
- Ehrenamtliche Funktionen und Tätigkeiten: Verein Soziales Waldviertel Nord, Sportverein Karlstein, Rotes Kreuz

Der verinnerlichte Anspruch Gemeinwohlorientierung und Verbesserung von Lebensqualität zum kleinsten gemeinsamen Nenner der beruflichen Bemühungen zu machen, findet seine Erfüllung in unserer derzeitigen Tätigkeit:

- Natur, Tiere und Landschaft sind die größte Ressource und das wichtigste „Betriebsmittel“ unseres Unternehmens.
- Wertschätzende Kommunikation und Menschlichkeit sind Grundhaltung und Basis für sämtliche Projekte.
- Kooperation und Netzwerkarbeit ist praktikabel und dient dem individuellen Nutzen und jeweiligen Wachsen der Beteiligten Instanzen.
- Eigene Arbeitsplatzqualität ist die Basis für Unternehmensziele und Arbeitsinhalte nach dem Motto: nur was für uns selber stimmt ist auch für unsere Kunden und Gäste eine sinnvolle Sache, die uns auf vielen Ebenen weiterbringt.

**TESTAT : AUDIT**

**GEMEINWOHL-BILANZ** 2013 für Kleindienst outdoor-assisted-development  
Auditorin Christian Rüther



WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				20 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				10 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 90 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 50 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 50 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 90 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 100 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmern	D1: Ethische Kundenbeziehung 60 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmern 30 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 50 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 60 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 20 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 60 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 20 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 50 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 90 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 20 %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0 Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO 0 Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0	Feindliche Übernahme 0 Sperrpatente 0 Dumpingpreise 0	Illegitime Umweltbelastungen 0 Verstöße gegen Umweltauflagen 0 Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens 0 Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn 0 Umgehung der Steuerpflicht 0 Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0 Verhinderung eines Betriebsrats 0 Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0 Exzessive Einkommensspreizung 0

Mit diesem Testat wird das Audit 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 30.09.2014 **BILANZSUMME 563**

# BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

## A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

Bei allen unseren Einkaufsentscheidungen spielen regionale, ökologische und soziale Aspekte eine Rolle. Sie werden allerdings derzeit nicht systematisch bewertet.

Der größte Beschaffungsanteil besteht im Bereich Fuhrpark und Reisekosten. Wir benötigen für unsere Arbeit zwei PKWs (VW Caddy und Nissan X-Trail) und drei Fahrzeuganhänger. Die PKWs und der Pferdetransporter sind konventioneller Art und wurden über regionale Händler bezogen. Lama- und Bootsanhänger wurden von einem Handwerksbetrieb in der Region extra für uns angefertigt. Eine Bewertung der Hersteller erfolgte nicht. Den Diesel beziehen wir zu 98% in unserer Heimatgemeinde bei einer AVIA Tankstelle.

Der zweitgrößte Beschaffungsanteil besteht im Bereich Dienstleistungen durch externes Personal. Da keiner unserer KollegInnen mehr als 50% des Einkommens durch unsere Aufträge abdeckt, können sie nicht unmittelbar als MitarbeiterInnen bezeichnet werden. Sie kommen zu 75% aus dem regionalen Umfeld. Unsere PartnerInnen sind durchwegs EPUs mit unterschiedlichen Kompetenzen. Deren An- und Abreise verursacht kaum zusätzliche Umweltbelastungen. Ein bzw. manchmal zwei KollegInnen reisen für bestimmte Projekte mit dem öffentlichen Verkehrsmittel oder im Rahmen von Mitfahrgemeinschaften aus der Steiermark bzw. Oberösterreich an.

Unseren Strom beziehen wir aus Erneuerbarer Energie „Verbund“. Laut Greenpeace 01/2013 verkauft der „Verbund“ leider auch Atomstrom an Industriekunden. Deshalb wird ein Wechsel zur „oekostrom AG“ geplant (zur Fertigstellung des Berichtes schon erledigt).

Dienstleistungen für Marketing und Homepage benötigen wir nur in geringem Ausmaß. Angelegt wurde unsere Homepage ursprünglich von einem (rollstuhlfahrenden) EPU. Seit 2011 verwenden wir jedoch ein CMS (Content Management System) einer kleinen regionalen Firma, welches eine unkomplizierte Selbstwartung möglich macht. Drucksorten benötigen wir nur wenige, die Grafik dafür machen wir selbst und der Druck wird online geordert. Künftig wird eine Herstellung über eine regionale Druckerei geprüft. Unsere kleine Steuerberatungskanzlei ist 10 km entfernt.

2012 wurden sechs neue Wanderkanus angeschafft. Wir haben die Boote mittels Spedition geliefert bekommen und keine Auswahlmöglichkeiten, da es auf diesem Sektor wenige Anbieter gibt.

Bei der Beschaffung von Büromaterialien verwenden wir derzeit noch die Angebote großer Versandfirmen. Wir verschwenden kein Papier, weil wir Unterlagen nur ausdrucken, wenn es wirklich erforderlich erscheint. Bedrucktes Papier wird aufgehoben und rückseitig für weitere Ausdrücke bzw. Schmierpapier benutzt. Wir vermuten, dass ein Einkauf im kleinen Papierwarenhandel nur unwesentliche Mehrkosten verursacht und planen künftig auch hier die regionalen Möglichkeiten zu nutzen.

Unsere Büroräume sind mit Holzmöbeln ausgestattet (tw. von regionalen Tischlereien).

Derzeit werden in der Reinigung noch herkömmliche Putzmittel verwendet. Wir putzen allerdings wenig.

Die Outdoorprojekte selbst werden zu 90% im unmittelbaren Umkreis in der Region Thayatal abgewickelt (max. 25 km für An- und Abreise). Unsere Kunden und Gäste kommen

hauptsächlich aus dem Wiener und Niederösterreichischen Raum, bzw. den angrenzenden Bundesländern.

Wir heizen das ganze Haus mit Holzpellets. Für die Übergangszeiten steht ein Kachelofen zur Verfügung. Die Warmwasserproduktion erfolgt ebenfalls über den Pelletsofen.

Investitionen baulicher Art wurden zu 100% über regionale Firmen bzw. in Eigenleistung errichtet.

Beim Einkauf von Hardware (Computer, Handy usw.) wurden bis dato keine sozialen oder ökologischen Aspekte berücksichtigt. Verlässliche Quellen für einschlägige Informationen dazu existieren wenig. Gewohnheit und Funktionalität haben bisher die jeweiligen Entscheidungen maßgeblich beeinflusst. Unsere Geräte werden jedoch zu 80% aus dem regionalen Handel beschafft und werden weit über die übliche Nutzungsdauer beansprucht.

Als Suchmaschinen verwenden wir bisher Google, sind uns aber bereits dessen bewusst, dass auch „grüne“ Suchmaschinen (die Ökostrom verwenden und Werbeeinnahmen teilweise als Spenden an soziale Institutionen weitergeben) angeboten werden. Hier besteht einfaches Verbesserungspotential.

## **B1 ETHISCHE FINANZDIENSTLEISTUNGEN**

Unser Unternehmen arbeitet zu 100% auf der Basis von Eigenkapital. Da wir zwar als gemeinsames Unternehmen auftreten, aber rechtlich als zwei gewerblich befugte Einzelunternehmer organisiert sind, unterhalten wir bei den beiden Banken in unserer Gemeinde jeweils ein Firmenkonto. Es besteht ein langjähriges Vertrauensverhältnis. Die beiden Geldinstitute sind traditionellerweise gemeinwohlorientiert (Gemeinnützige Waldviertler Sparkasse und Raiffeisen Genossenschaft), investieren nachweislich erhebliche Geldmittel in Vereinswesen und regionale Entwicklungsprojekte. Sie sind aber im Augenblick nicht explizit, kritisch auf ihre Gemeinwohlorientierung geprüft und hinterfragt worden. Wir werden 2013 versuchen genauere Informationen darüber zur Verfügung zu stellen.

Ethisches Finanzmanagement hat in unserem Unternehmen einen hohen Stellenwert. Besonders seit der „Finanzkrise“ sind wir kritischer geworden und haben das Vertrauen in die „Sicherheit“ herkömmlicher Geldwirtschaft verloren. Derzeit verfolge ich über Newsletter und Facebookgruppe die Bemühungen um die Gründung der Demokratischen Bank. Die Aktivitäten der Deutschen Umweltbank sind ebenso interessant. Schellhammer & Partner sind für mich keine adäquate Alternative, weil ihr kirchlicher Background bei uns große Vorbehalte auslöst. Ein Wechsel zu einer Ethikbank wird im Auge behalten, ist aber derzeit nicht geplant. Es fehlen noch konkrete Anknüpfungspunkte.

Wir können aus eigener Kraft allen Verbindlichkeiten nachkommen und haben gute Liquidität. Veranlagung besteht bei der WEB (Windenergie Waldviertel). Wir kennen und schätzen das Unternehmen seit seiner Gründung. Die handelnden Personen haben sich mit allen ihren Bemühungen der „Energiewende“ verschrieben. Die Aktien notieren nicht an der Börse und werden in einem internen Traderoom der WEB gehandelt. Die Steigerung des Firmenwertes wird wieder unmittelbar den Unternehmenszielen der WEB zugeführt bzw. kleine Dividenden ausgeschüttet.

Neben den vorgeschriebenen Beiträgen bei der SVA betreiben wir noch eine private Pensionsversicherung über die Wüstenrot. Unsere Vorsorgekasse ist die VBV. Diverse

Haftpflichtversicherungen bestehen bei herkömmlichen Instituten, die von uns bisher noch nicht auf ihre Gemeinwohlbilanz hinterfragt wurden.

## C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Wir wirtschaften im Rhythmus der Jahreszeiten. Wir ruhen im Winter (bis auf einige Ausnahmen für Auftraggeber im Trainingsbereich AMS), sähen im zeitigen Frühjahr, Wachstum und Ernte erstreckt sich über die Sommermonate bis in den Herbst hinein. Der Winter dient wieder der Regeneration und strategischen Überlegungen.

Unsere Arbeitszeiten sind flexibel auf den unmittelbaren Bedarf abgestimmt. Wir können in jeder Hinsicht selbst entscheiden, welche Projekte forciert werden. Danach richtet sich auch die notwendige Arbeitszeit. Fehlzeiten können in unserem kleinen Unternehmen nicht geltend gemacht werden. Bei Verdienstentfall durch „höhere Mächte“ sind wir in jeder Hinsicht auf uns selbst gestellt und tragen das Risiko persönlich.

Unsere Büroarbeitsplätze sind ergonomisch gestaltet. Nachdem das Büro ja im Homeoffice untergebracht ist und wir außerdem sehr viel in der freien Natur tätig sind, sind zusätzliche Entspannungsräume nicht erforderlich.

Einen barrierefreien Zugang zu unserem Büro besteht nicht. Im Outdoorbereich, speziell in der tiergestützten Arbeit (therapeutisches Reiten, Therapiehund) werden wir, weil es der Arbeitsauftrag impliziert, ohnedies den Bedürfnissen von behinderten Menschen gerecht.

Da wir uns im Beruf viel in der freien Natur bewegen, sind eigene Maßnahmen zur physischen Gesundheit im Rahmen unserer Firma mehr im Bereich Unfallverhütung und Vorsorge erforderlich. Wolfgang ist ausgebildeter Rettungssanitäter beim Roten Kreuz.

Unsere durchschnittlichen 10.000 Schritte am Tag (Empfehlung vom Gesunden Niederösterreich) schaffen wir leicht. Das wurde sogar mittels eines Schrittzählers stichprobenartig überprüft und hochgerechnet. Auch in den Wintermonaten müssen wir den Bedürfnissen unserer Tiere gerecht werden. Daher ist Bewegung an der frischen Luft das ganze Jahr über sichergestellt.

Die psychische Gesundheitsvorsorge ist ebenfalls ein impliziter Anspruch, der sich bei uns in vielen Arbeitsaufträgen wiederfindet (z.B. work-life Balance). In diesem Bereich sind die Überschneidungen mit unserem eigenen Tätigkeitsfeld selbst sehr groß. Die Herausforderung besteht darin, die hohen Ideale, die für unsere Gäste und Kunden gelten, auf uns selbst anzuwenden und das passende Maß an Coaching, Teamentwicklungsmaßnahmen usw. für uns selbst anzuwenden. Darauf halten wir kritisches Augenmerk (Anmerkung Auditor: „genügt nicht“) und werden auch von unserem Trainernetzwerk unterstützt.

Ergänzung nach dem Besuchsaudit: Wir sind uns auch der Risiken unseres Lebensstils sehr bewusst. Die Abgrenzung zwischen Arbeit und Leben ist praktisch nicht machbar. Das hat auch natürlich auch Tücken, die nicht zu unterschätzen sind (selbst und ständig). Nicht nur die Ausbildungen, sondern auch die Lebenserfahrung hat uns bereits Tiefen und Untiefen der menschlichen Psyche in aller Herrlichkeit und Härte nahe gebracht. Das kritische Auge ist schärfer, als es auf den ersten Blick aussieht. Der von uns gewählte Lebens- und Arbeitsstil selbst *ist* psychische Gesundheitsvorsorge. Für uns ist das Beste was wir für die eigene psychische Gesundheit tun können, dem „Lieben“ gegenüber dem „Müssen“ immer wieder den Vorrang zu geben.



Durch unsere beruflichen Vorerfahrungen (in Frauenprojekten und in der Regionalentwicklung) sind wir sensibel für die Arbeitsmarkt- und Berufsdynamik zwischen Männern und Frauen. Für die Tätigkeit als Trainer im AMS Bereich ist sogar ein Genderzertifikat verpflichtend. Wir verwenden geschlechtsneutrale Formulierungen. Der Frauenanteil im wechselnden Trainernetzwerk ist tendenziell höher als der Männeranteil. Gleichstellungsmaßnahmen sind in diesem Feld nicht erforderlich, weil wir es fast ausschließlich mit EPU's zu tun haben.

Es ist uns eine Herzensangelegenheit, sozial benachteiligte Menschen zu fördern und zu unterstützen. Wir verfügen über einen ausgeprägten Gerechtigkeitssinn und Spürsinn für Diskriminierung und nehmen, soweit es in unserer Macht steht, einen positiv Einfluss darauf.

## **C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT**

In der warmen Jahreszeit nehmen wir die intensiven Umsatztage geschickt wahr und stimmen die Ressourcen optimal aufeinander ab. Daher leisten wir in dieser Zeit „Überstunden“. Im Herbst-/Winterhalbjahr (November bis März) nehmen wir „Zeitausgleich“, genießen unseren wohlverdienten Urlaub und erledigen Arbeiten, für die im Sommer wenig Zeit bleibt (Buchhaltung, Homepage, GWÖ-Bericht, Wiederherstellung von Betriebsmittel, konzeptive Arbeiten, Stallbau usw.)

Eine gleichmäßigere Verteilung der Umsatztage auf den gesamten Jahreszeitraum in Form eines Winterprogrammes ist aufgrund der Wetter- und Rahmenbedingungen nicht möglich. Größere Investitionen (z.B. Hallenbau) stehen derzeit in keinem vernünftigen wirtschaftlichen Verhältnis. Dazu käme in der kalten Jahreszeit noch der größere Materialverschleiß durch Kälte (z.B. beim der Bogenschießausrüstung) und das fehlende Interesse an Winteraktivitäten. Unsere Saison fängt dann wieder Anfang April an und dauert etwa bis Ende Oktober.

Wir arbeiten im natürlichen Jahreszyklus (GAJA Modell) und versuchen, was die Erwerbsarbeit betrifft, in gutem Kontakt zu unseren eigenen Bedürfnissen zu bleiben. Viele Arbeitsbereiche überschneiden sich mit unseren Leidenschaften weitgehend. Daher ist die Arbeit selbst eine Kraftquelle. Das Verhältnis der Lebens-Arbeitszeit hat sich, im Vergleich zu den vorangegangenen Dienstverhältnissen, in der Zeit unserer Selbständigkeit erheblich verbessert.

Die Einstellung einer Land- bzw. Hauswirtschaftlichen Hilfskraft ist ein Thema, das immer besonders in der Zeit der intensiven Umsatztage auftaucht. Natürlich wäre es hier sinnvoll einige Arbeiten auszulagern. Wir konnten diese Idee jedoch bisher noch nicht umsetzen. Eine ganzjährige Vollzeitbeschäftigung mit allen Nebenkosten ist in unserem Unternehmen nicht finanzierbar. Gleichzeitig reicht der übliche Nettogehalt für eine Teilzeitbeschäftigung in diesem Segment nicht aus, um von den Sozialleistungen des AMS unabhängig zu werden. Aus diesem Grund konnte bisher noch keine passende Arbeitskraft gefunden werden.

### **C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN**

Da unsere private Haushaltsbewirtschaftung und die der Firma deckungsgleich sind, beziehen wir hier die Lebensmittel vorwiegend aus biologisch(dynamisch)er Produktion und regionalen Quellen von Bauern die wir persönlich kennen. Teilweise stammen die Grundnahrungsmittel (Erdäpfel, Getreide) von einem Biobauern im Dorf. Fleisch kaufen wir seit 1 ½ Jahren ausschließlich ab Hof bei Biolandwirten. Wir essen ca. 2-3x in der Woche Fleisch. Wir verwenden selten Fertigprodukte und führen eventuelle Lebensmittelreste dem unmittelbaren Kreislauf in den Verdauungstrakt unserer Hühner zu. Sie stellen uns dafür wunderbare Eier zur Verfügung. Brot und Milch bringt bis zu 3x pro Woche unser Bäcker zur Haustüre. Dieser Bäcker verwendet konventionelle Zutaten bzw. Backmischungen.

Da wir jeweils im Homeoffice tätig sind, gibt es bei der Nutzung unseres Bürostandortes keinerlei zusätzliche Kosten, Aspekte oder gar Belastungen der Umwelt durch An- bzw. Abreise.

Berufliche Flugreisen gibt es keine und in unserer privaten Urlaubsgestaltung sind diese auch auf ein geringfügiges Minimum beschränkt. Unsere betrieblichen Autokilometer belaufen sich 2012 insgesamt auf ca. 25.000 km (Ulrike ca 9.000 km Wolfgang 16.000 km).

### **C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS**

Überlegungen zum Thema „Bruttoeinkommenspreizung“ sind in unserem Unternehmen nicht relevant, da die Entlohnung unserer jeweiligen Dienstleistungen in einem lebendigen Kalkulations- und Kommunikationsprozess aufeinander abgestimmt wird, marktorientiert ist und der korrekten, buchhalterischen Dokumentation unterliegt.

Unsere landwirtschaftliche Hilfskraft, die im Ausmaß von 14 MSt. (also geringfügig) bei uns angestellt war (Christoph 16 Jahre) wurde nach dem Kollektivvertrag für Landwirtschaftliche Facharbeiter bezahlt (obwohl er noch in Ausbildung ist und die Fachkompetenz für diese Berufsbezeichnung derzeit noch nicht vorhanden ist).

Unser Sohn (Philip 17 Jahre) ist mit 20 MSt. angestellt und wird für alle Tätigkeiten, die eindeutig der Firma zuzuordnen sind, entlohnt. Hier ist die Abgrenzung zwischen Firma und Privat manchmal nicht ganz einfach und auf gegenseitige Abstimmung angewiesen.

Insgesamt steht das Familieneinkommen in einem vernünftigen Verhältnis zu unseren Bedürfnissen und den Lebenserhaltungskosten in der Region. Diese Tatsache, mit dem geforderten Mindesteinkommen von 1.330,- netto/Monat und dem Ergebnis unserer Einkommensteuererklärung in Zahlen (oder in einer anderen vernünftigen Darstellungsform) nachvollziehbar auszudrücken oder zu bewerten, ist uns in diesem Berichtszeitraum noch nicht gelungen.

Auch die gerechte Verteilung des Einkommens zwischen in unserem EPU + EPU = ZPU ist in unserem Fall nicht leicht zu beschreiben. Wir verdienen vermutlich gleich viel. Wir schreiben die Arbeitsstunden nicht auf, weil wir ja nichteinmal wüssten, was in unserem Fall als berufsbedingte Arbeitszeit zu bewerten ist und was nicht. Da wir aus denselben Ressourcen leben und wirtschaften ist dies auch nicht weiteres relevant.

## C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

Dieser sensible Themenbereich erstreckt sich über alle Lebens- und Arbeitsbereiche unserer kleinen Firma und macht auch vor den privaten Bereichen nicht halt. Obwohl er so viel Beachtung bekommt, oder vielleicht gerade deswegen, ist seine Bedeutung sehr niedrig.

In unserem Unternehmen gibt es keine Hierarchieebenen. Wir arbeiten „auf gleicher Augenhöhe“ und versuchen, uns gegenseitig bestmöglich zu ergänzen. Wir entscheiden die Belange der täglichen Arbeit gemeinsam und diskutieren oft lange miteinander, um zu einem befriedigenden Ergebnis zu kommen. Im Laufe der Jahre haben wir auch die jeweiligen Arbeitsbereiche so gut aufeinander abgestimmt, dass ein ausgewogenes Miteinander möglich geworden ist. Wir freuen uns auch gemeinsam über den Erfolg und die ideellen und wirtschaftlichen Gewinne, die unser Unternehmen abwirft.

Darüber hinaus hat sich die interne Struktur eines Zusammenschlusses zweier gewerblich befugter EPU's mit eigenen Schwerpunkten und getrennter Buchhaltung in unserer Praxis sehr bewährt.

## D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Unser Name ist mittlerweile eine Marke. Das beweist die Besucherstatistik auf unserer Homepage. Ca. 60% der BesucherInnen, die über Suchmaschinen kommen, sind sogenannte „Namensgoogler“. Ich gehe davon aus, dass auch die Kaufentscheidungen oftmals aufgrund einer persönlichen Kundenbeziehung (bzw. aufgrund von Empfehlungen) entsteht.

Auf Wunsch legen wir unsere Preiskalkulation für die jeweiligen Kunden gerne offen und geben Informationen über den tatsächlichen Leistungsaufwand, die Nebenkosten und die Zusammensetzung der Preise.

Über einen Newsletter (4x im Jahr an ca. 1.200 Kunden), dessen Adressen im Laufe der vergangenen 10 Jahre selbst gesammelt wurden, transportieren wir, neben den Sachinformationen, auch ideelle Botschaften. Das schätzen die KundInnen sehr und berufen sich gelegentlich auch persönlich darauf. Unser Newsletter hat eine Öffnungs- bzw. Klickrate von ca. 30%. Diese Art von Kundenbeziehung und (auch das Kosten – Nutzen Verhältnis) ist wesentlich effizienter im Vergleich zu Massenmails die an, teuer angekauft, anonymes Adressmaterial geschickt werden (lt. WK sind es da ca. 2-3%).

Wir verwenden ein geringes Werbebudget, da unser Unternehmen, im Vergleich zu den Bedürfnissen am Markt relativ klein ist. Bei uns hängt der Anspruch an die Auslastung tatsächlich nicht von den Kosten der Marketingmaßnahmen ab.

Die ethische Auswahl unserer KundInnen ist selten ein großes Thema. Die KundInnen, die sich an uns wenden, bringen meist von sich aus einen hohen ethischen Anspruch mit. Wenn wir durch eine Anfrage in einen ökologischen oder ethischen Gewissenskonflikt geraten (z.B. unzumutbare Gruppengrößen bei Kanuwanderungen, politische Botschaften), behalten wir uns vor, die KundInnen höflich abzuweisen bzw. kein Anbot zu legen.

Der Themenbereich der KundInnen-Mitbestimmung ist in unserem Unternehmen ständig präsent. Die Angebote werden immer individuell mit den Wünschen, Bedürfnissen und Möglichkeiten abgestimmt. Nicht selten bekommen wir auch gute Ideen und Inputs aus dem Kreis unserer KundInnen.

## D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Wir sind mit vielen, ähnlich strukturierten MitbewerberInnen, vernetzt und verlinkt. Die Zusammenarbeit bei größeren Projekten bzw. die Weitergabe von Aufträgen an, bzw. von KooperationspartnerInnen ist zufriedenstellend. Kooperation ist eine Grundhaltung in unserem Unternehmen. Die Szene lebt vom gegenseitigen Wechselspiel der Ideen und Projekte. Informationen werden informell weitergegeben bzw. über Postings in Facebook kommuniziert. Aus diesem Grund ist eine organisierte Netzwerkplattform nicht notwendig und würde nur zusätzliche Overheadarbeit auslösen, die in keinem vernünftigen Verhältnis mit dem Mehrwert steht. Da in dieser Branche hauptsächlich EPU's tätig sind, ist die Weitergabe von Empfehlungen für gute Arbeitskräfte Gang und Gebe. Konkurrenz ist in dieser Hinsicht nicht zu erwarten, da die Projekte so vielfältig wie die Talente und Möglichkeiten in diesem Feld sind.

Da unser Marketing bisher wenig offensiv stattgefunden hat (unser Unternehmen ist langsam gewachsen und war nie auf aggressive Werbung angewiesen), haben wir bisher auch nicht über die Möglichkeit „organisierter kooperativer Marketingmaßnahmen“ nachgedacht.

Wir sind indirekt auch ein Partnerunternehmen für regionale Gastronomie und Beherbergungsbetriebe. Wir bringen Nächtigungen. In dieser Hinsicht sind wir bemüht, die Empfehlungen auf die Bedürfnisse unserer KundInnen abzustimmen und diesen eine faire Übersicht über die Möglichkeiten anzubieten. Auf unserer Homepage gibt es eine Linkliste. Für Linktausch sind wir jederzeit aufgeschlossen.

Konkrete Projekte wurden gemeinsam mit der Fa. Copia, dem JUFA Gästehaus Raabs/Thaya, dem Hotel Restaurant Liebnitzmühle, der Fa. Jugend Aktiv Veranstaltungen Gmbh., Hotel Thaya, und der Fa. BestTrip.

Konkrete Aufträge wurden an den Kanuverleih Hotel Thaya weitergegeben und ebenso auch übernommen. Es besteht eine gegenseitig Abstimmung der verfügbaren Ressourcen.

## D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Unsere Dienstleistungen sind in ihrem Selbstverständnis ökologisch gestaltet. Schließlich bieten die regionalen Voraussetzungen die Basis für unsere Aktivitäten. Die Natur unsere wichtigste Ressource. Unsere Angebote fügen sich auf sanfte Art und Weise in die Gegebenheiten ein. Für ein Event oder Abenteuer mit unserer Firma werden keine motorisierten, fahrbaren Untersätze (z.B. Motorräder oder sonstige Maschinen) benötigt.

Die Tätigkeiten sind mit anderen InteressensvertreterInnen (Fischer, Förster, GemeindevertreterInnen, Tourismus ...) abgestimmt und koordiniert. Unsere Gäste werden auf diese Bereiche sensibilisiert (z.B. Infoblatt Flußwandern) und deren ökologische Wahrnehmung geschult. Dank einiger engagierter AktivistInnen gibt es immer wieder regionale Treffen zum Thema Umweltschutz und deren Interessensvertretungen an denen (nach Möglichkeit) wir gerne teilnehmen.

Die Gestaltung unserer Projekte unterliegt dem Prinzip der Suffizienz (Genügsamkeit). Wir reagieren flexibel auf Wetterbedingungen und natürliche Voraussetzungen. Die Abwicklung von Aktivitäten (z.B. Kanuwanderung) entgegen der natürlichen Gegebenheiten (Schlechtwetter oder Hoch- bzw. Niedrigwasser), ausschließlich aus wirtschaftlichen Interessen ist überdies nicht zielführend, weil genau darin die Qualität unserer Dienstleistung liegt. Unsere KundInnen und Gäste sind zwar für Ihr Handeln selbst haftbar, bekommen die

bestmögliche Beratung für ihre Sicherheit und ein optimales Erlebnis im Einklang mit der Natur. Eine Stornovereinbarung für widrige Umstände gibt es nicht. Bei größeren Projekten werden im Vorfeld Alternativen vereinbart.

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

Der Anspruch des leichten Zuganges zu Dienstleistungen für unsere benachteiligten KundInnen ist eines unserer wichtigsten Anliegen. Besonders im Bereich der tiergestützten pädagogischen Arbeit, aber auch bei Schulprojekten und Freizeitangeboten haben sie für uns eine große Relevanz. Sie zählen in vielerlei Hinsicht zu unseren wichtigsten Zielgruppen.

Informationen werden allerdings nicht explizit für Menschen mit besonderen Bedürfnissen kommuniziert. Wir verwenden weder auditive noch taktile Hilfsmittel bei unseren Werbemitteln. Unsere Erfahrung ist, dass eine sensible Grundeinstellung ausreicht, um die Menschen zu erreichen und zu bewirken, dass sie sich „gemeint fühlen“.

Einkommensschwache KundInnen (besonders beim heilpädagogischen Reiten) werden in der Praxis mit einer Preisstaffelung berücksichtigt bzw. mit Sponsoring unterstützt. Für einige Zielgruppen gibt es hier auch eine Förderung des Landes Niederösterreich. Informationen dazu werden ausreichend zur Verfügung gestellt (Infoblatt).

Es werden häufig Bitten für Preisnachlass oder sogar Gratisprojekte für benachteiligte Personengruppen an uns herangetragen. Nachdem die angefragten Dienstleistungen aber zum Kerngeschäft unserer Firma zählen, können wir bei offensive Anfragen nur selten nachgeben.

Derzeit überlegen wir eine preisliche Sonderregelung für Firmenkunden (auch EPU's), die uns ihren Gemeinwohlbericht vorlegen können. Die Richtlinien sind in Ausarbeitung.

#### **D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS**

Durch unsere Kooperation mit MitbewerberInnen helfen wir, auch hinsichtlich sozialer und ökologischer Kriterien mit, den Qualitätsstandard zu verbessern. Eine konkrete Maßnahme ist die Erstellung dieses Berichtes und die Aktivierung der Potentiale, die sich daraus ergeben.

Wir informieren uns über die regelmäßigen Angebote der Wirtschaftskammer und besuchen ab und zu die Informationsveranstaltungen. Div. Plattformen zur Mitentscheidung in wirtschaftlichen Belangen werden von uns selten wahrgenommen.

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

Wir bewerten die Dienstleistungen in unserem Unternehmen als qualitativen Beitrag zum Gemeinwesen. Es geht um einen sinnerfüllten Lebensstil, der unseren KundInnen vermittelt wird. Außerdem geht es um erlebnisorientiertes, soziales Lernen. Lernen ist „wachstumsstiftend“ und dient der persönlichen Weiterentwicklung der Menschen. Des Weiteren geht es um Team- bzw. Kooperationserlebnisse, die im Alltagsleben (in der Firma, in der Schule und in privaten Bereichen) der Entwicklung der Gemeinschaft dienen.

Der Bereich Naturvermittlung, Arbeit mit Tieren, Risikoverhalten und Abenteuergeist birgt wesentliche Aspekte für persönliches, soziales und ökologisches Wachstum.

Das Bewegen in der Natur, die Auseinandersetzung mit den Elementen und Beziehungen dient dem einfachen Leben und der Rückbesinnung auf wahre Werte.

## **E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN**

Unsere Dienstleistungen kommen generell den menschlichen Grundbedürfnissen entgegen. Das Leben und Arbeiten mit der Natur, den Elementen und den Tieren fördert Qualitäten, die sich der Logik universeller Kreisläufe unterordnen. Der positive Nutzen für die Menschen, die Gemeinschaft und das Leben auf unserem Planeten ist dabei eine der wichtigsten Triebkräfte sinnstiftender Arbeit.

Der geldwerte Umfang aller Maßnahmen, die zum Gemeinwesen beitragen ist nicht in Zahlen verifizierbar. Er ist implizit in unseren Unternehmenszielen enthalten. Im Grunde verdienen wir unseren Lebensunterhalt mit gemeinwohlorientierter Arbeit bzw. sind Tätigkeiten, die sich am Gemeinwohl orientieren Basis für unser Unternehmen.

Wolfgang ist seit einigen Jahren als Ortsvorsteher in Goschenreith für einige Entscheidungsprozesse im dörflichen Kontext zuständig.

Erwähnenswert ist auch noch die ehrenamtliche Tätigkeit im Sportverein USV Karlstein und der freiwillige Dienst beim Roten Kreuz in Waidhofen/Thaya.

## **E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN**

Es ist selbstverständlich für uns, dass unsere Angebote ohne jeglichen „Zusatzmotor“ auskommen. Wir grenzen uns von Outdoor- und Eventanbietern, die Erlebnisgewinn mithilfe von technischen Geräten anbieten, hinsichtlich ökologischer Aspekte ab.

Die ökologischen Auswirkungen unseres betrieblichen Energieverbrauches sind in einem hohem Maß deckungsgleich mit den privaten. Da wir ein Homeoffice betreiben, lassen sich die Verbrauchszahlen und die Emissionen hinsichtlich Wärme (wir heizen mit Holzpellets), Strom (wir beziehen Ökostrom) und Wasser (wir benutzen einen Hausbrunnen), nicht aufschlüsseln.

Wir trennen unseren Müll und kompostieren organischen Abfall am Eigengrund. Wir haben nur eine kleine Restmülltonne und benötigen nur hin und wieder einen zusätzlichen Müllsack, der bei der Gemeinde zu ergänzen ist. Wir kaufen sparsame Verpackung ein und sind sehr bemüht mit unseren Sachen achtsam umzugehen und sie, wenn sie ausgedient haben entsprechend zu entsorgen bzw. noch einer weiteren sinnvollen Nutzung zuzuführen.

Bei der Beleuchtung benutzen wir weitgehend LED Lampen.

Unsere Autos fahren mit Diesel. Die gefahrenen Gesamtkilometer betragen rund 25.000 km (Ulrike ca 9.000 km Wolfgang 16.000 km). Der Lama1 (Nissan X-trail) verbraucht 7,2l/100km und produziert 190g/km CO<sub>2</sub>. Der Lama2 (VW Caddy) verbraucht 6,2l/100km und produziert 164g/km CO<sub>2</sub>. Hier besteht Verbesserungspotential!

#### **E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG**

Unser Gewinn wird unmittelbar in die Erhaltung unseres Lebensstandards und in die Weiterentwicklung des Unternehmens investiert. Im übertragenen Sinn leisten wir eine kleine „Dividende“ in Form von Spenden an Greenpeace, Klinikclowns und Amnesty International, Rotes Kreuz, regionaler Sportverein und Dorfgemeinschaft. Zeitgewinnausschüttung besteht in Form von einer ehrenamtlichen Tätigkeit beim Roten Kreuz vorwiegend in der Nebensaison.

#### **E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG**

Wir sind in keiner Weise parteipolitisch tätig, haben aber eine hohe gesellschaftliche Verantwortung. Unsere Berührungsgruppen:

Wir leben und arbeiten im Dorf mit 60 EinwohnerInnen. Deshalb ist die Dorfgemeinschaft von Goschenreith eines unserer wichtigsten Bezugssysteme. Hier bemühen wir uns um eine ausgewogene Zusammenarbeit mit allen Beteiligten. Denn „das Dorf ist eine kleine Welt, in der die große ihre Probe hält“.

Die Gemeinden Karlstein und Raabs/Thaya sind Hauptstandorte für 90% unserer Projekte und Aufträge. Auch hier ist die Zusammenarbeit sehr zufriedenstellend.

Tourismusverbände: Es finden regelmäßige Treffen statt, die von uns nach Möglichkeit wahrgenommen werden. Dort werden die Entscheidungen in hohem Maße unter Einbeziehung sozialer, ökonomischer, ethischer und ökologischer Interessen getroffen.

## AUSBLICK

### KURZFRISTIGE ZIELE

Optimierung des Umganges mit Suchmaschinen, Ökostrom, Bezug von Futtermittel für Tiere aus regionalen (Bio)Bezugsquellen, Anschaffung eines „fairen Handys“ [www.fairphone.com](http://www.fairphone.com) , ökologische Putzmittel, Herstellung von Drucksorten in der regionalen Druckerei (wenig Bedarf), Anschaffung des Büromaterials im regionalen Bürowarengeschäft, Projektbezogene Lebensmittelbeschaffung für KundInnen (Teamcooking) bei regionalen Biobauern,

### LANGFRISTIGE ZIELE

weiterer Grunderwerb und Bewirtschaftung nach den Prinzipien der Permakultur, Schaffung eines gerechten Arbeitsplatzes, Installation einer Photovoltaikanlage, Anschaffung von Fahrzeugen, die mit Pflanzenöl bzw. Ökostrom betrieben werden.

## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Die Initiative zur Erstellung eines Gemeinwohlberichtes ging von Frau Mag. Ulrike Kleindienst aus. Durch die Initiative wurden viele interne Diskussionen in unserem Familienbetrieb, sowie im Freundeskreis geführt. Darüber hinaus stehe ich gerne als Ansprechperson für alle anfallenden Fragen zur Verfügung. Tel 0664/1266414

Im Waldviertel besteht ein sehr aktives Energiefeld der Gemeinwohlökonomie. Wir kennen einige Betriebe, die eine Gemeinwohlbilanz erstellt haben, es ist uns derzeit aber keine aktive Regionalgruppe bekannt.

Der Gemeinwohlbericht bzw. die Bilanz wurde mit Unterstützung durch die „Werkstatt für Unternehmenswerte“ im Zeitraum von Jänner bis Juni 2013 erstellt. Es handelte sich um 6 Workshops mit insgesamt 24 Arbeitsstunden. Die Zeit für die systematische, schriftliche Ausarbeitung des Berichtes betrug ca. weitere 30 Arbeits- und Diskussionsstunden. Das Besuchsaudit und die Korrekturen betrug ca. weitere 15 Arbeitsstunden.

Das externe Audit wurde von Mag. Christian Rüter, MBA erstellt . [www.christianruether.com](http://www.christianruether.com)