

GEMEINWOHL **ÖKONOMIE** Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

Unternehmensberatung Hagmann

Gemeinwohlbericht Kompaktbilanz 2021



Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	4
Kurzpräsentation des Unternehmens.....	5
Produkte/Dienstleistungen	6
Das Unternehmen und Gemeinwohl	6
Übersicht der Selbstbewertung	7
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	10
A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	12
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	13
A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen.....	13
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	14
A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	14
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	15
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	16
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	18
B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln	18
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	19
B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	19
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	20
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	21
C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	22
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	23
C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	23
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden.....	24
C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens	25
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	25
D1 Ethische Kund*innenbeziehung	26
D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen	27
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	27
D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	30
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	30
D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen.....	31
D4 Kund*innenmitwirkung und Produktransparenz	32
D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....	32
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	33

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	34
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	35
E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung	36
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	37
E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	39
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	39
E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	40
Ausblick.....	41
Kurzfristige Ziele.....	41
Langfristige Ziele	41
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207).....	42
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	43

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden

Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021: 1

Vollzeitäquivalente

Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021: 0,5

Saison- oder Zeitarbeitende

Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021: 0

Umsatz

Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021: Euro 7.843

Jahresüberschuss

Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021: Euro 3.448.1

Berichtszeitraum

Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021: 01.01.2021 - 31.12.2021

Firmenname: Unternehmensberatung Hagmann
Rechtsform: Einzelunternehmen
Eigentums- und Rechtsform: Einzelunternehmen
Website: www.unternehmensberatung-hagmann.at
Branche: Unternehmensberatung
Firmensitz: 3123 Großrust, Untere Hauptstraße 6
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine

Kurzpräsentation des Unternehmens

Mein Slogan „**Gutes tun. Nicht nur daran denken.**“ soll Unternehmen, Vereine, Gemeinden und Privatpersonen bewegen, aktiv den Weg in eine umfassende Nachhaltigkeit zu gehen. Dazu biete ich Unternehmensberatung, Seminare, Vorträge und Workshops an. Im Zentrum steht ökologisch nachhaltiges, sozial gerechtes und sinnvolles Wirtschaften auf Grundlage der Sustainable Development Goals (SDGs), der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen und der Gemeinwohl-Ökonomie.

Beinahe mein ganzes Berufsleben habe ich im Angestelltenverhältnis verbracht. Nachhaltigkeit und ein gutes Leben für alle hat mich seit meinem Studium der Wirtschaftspädagogik begleitet. War es früher vor allem der Blick auf finanzielle Unabhängigkeit, so hat sich der Fokus nach und nach auf eine gesamtheitliche Lebenssicht verschoben. Als Lehrerin für Betriebswirtschaft und Rechnungswesen in der HLW in St. Pölten, war es mir ein großes Anliegen, meinen Schüler*innen das Werkzeug und das Bewusstsein zu vermitteln, dass Unabhängigkeit und Freiheit zu einem Großteil von einer guten Ausbildung und von einem ausreichenden eigenen Einkommen abhängt. Als Anlageberaterin versuchte ich, den Kund*innen ihre Existenzängste zu nehmen. Bei der Leitung einer Private Banking Abteilung war mir die Ausbildung aller meiner Mitarbeitenden als zertifizierte Nachhaltigkeitsberater*in wichtig. Allerdings waren wir alle in diesem System des “immer mehr, immer schneller” und vor allem des “es ist nie genug” gefangen.,

Eine grundlegende Veränderung war deshalb der logische nächste Schritt.

Durch die Pioneers of Change konnte ich meine Lebensziele überprüfen und durch die Erkenntnisse auf der Grundlage der Methode des IKIGAI (frei übersetzt- “ zu finden wofür es sich zu leben lohnt”) konzentriere ich mich seit 3 Jahren auf die Information und Beratung von Unternehmen, Vereinen, Gemeinden und Schulen zum Klimawandel, den SDGs (Sustainable Development Goals – den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen) und der Gemeinwohl-Ökonomie als Wirtschaftsmodell mit Zukunft.

Der Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung stelle ich viel Zeit ehrenamtlich zur Verfügung, mein Unternehmen dient nicht meinem Lebensunterhalt, diesen bestreite ich aus dem Einkommen meiner Pension. Mit den Erträgen finanziere ich Investitionen in die eigene Nachhaltigkeit, unterstütze Menschen in Not, Klimaschutzprojekte und Weiterbildungsmaßnahmen.

So richtet sich mein Fokus heute auf ein ganzheitliches, enkeltaugliches, nachhaltiges Leben und Wirken, was ich als sehr erfüllend empfinde und wofür ich sehr dankbar bin.

Produkte/Dienstleistungen

Meine Dienstleistung umfasst die Beratung von Unternehmen und Gemeinden zur Erstellung ihrer Gemeinwohl-Bilanz sowie die dazugehörigen Unternehmensentwicklungsprozesse.

Vorträge, Arbeiten für das Klimabündnis Niederösterreich erfolgen gegen Aufwandsentschädigung oder gänzlich ehrenamtlich

Welchen Anteil nehmen die Produkte / Dienstleistungen am Umsatz? 100 %

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Das Unternehmen wurde zum Zweck der Bekanntmachung und Umsetzung der Visionen und Werte der Gemeinwohl-Ökonomie gegründet und dient ausschließlich diesem Zweck.

Ich bin aktives Mitglied der Regionalgruppe Wien, arbeite mit der Genossenschaft für Gemeinwohl zusammen z.B. durch Erarbeitung des Workshop-Formates "Nachhaltige Veranlagungen", bin Koordinatorin der GWÖ-Berater*innen DACH und Wien, NÖ und Burgenland, sowie offizielle Referentin der GWÖ

Übersicht der Selbstbewertung

Lieferant*innen			
Menschenwürde			
A1	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	1	0,88%
Solidarität und Gerechtigkeit			
A2	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	1	0,88%
Ökologische Nachhaltigkeit			
A3	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	1	0,88%
Transparenz und Mitentscheidung			
A4	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	1	0,88%
Eigentümer*innen und Finanz-Partner*innen			
Menschenwürde			
B1	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	7	6,19%
Solidarität und Gerechtigkeit			
B2	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	10	8,5%
Ökologische Nachhaltigkeit			
B3	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	10	8,5%
Transparenz und Mitentscheidung			
B4	B4 Eigentum und Mitentscheidung	0	0%
Mitarbeitende			
Menschenwürde			
C1	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	8	7,08%
Solidarität und Gerechtigkeit			
C2	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	10	8,5%
Ökologische Nachhaltigkeit			
C3	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	9	7,96%
Transparenz und Mitentscheidung			

C4	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	10	8,85%
Kund*innen und Mitunternehmen			
Menschenwürde			
D1	D1 Ethische Kund*innenbeziehung	5	4,42%
Solidarität und Gerechtigkeit			
D2	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	8	7,08%
Ökologische Nachhaltigkeit			
D3	D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	7	6,19%
Transparenz und Mitentscheidung			
D4	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	2	1,77%
Gesellschaftliches Umfeld			
Menschenwürde			
E1	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	6	5,31%
Solidarität und Gerechtigkeit			
E2	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	3	2,65%
Ökologische Nachhaltigkeit			
E3_Verbrauch	E3 Absolute Reduktion ökologischer Auswirkungen - 1. Verbrauch	4	3,54%
E3_Co2e	E3 Absolute Reduktion ökologischer Auswirkungen - 2. CO2e-Emissionen	3	2,65%
E3_Weitere	E3 Absolute Reduktion ökologischer Auswirkungen - 3. Weitere Emissionen und Schadstoffe	5	4,42%
Transparenz und Mitentscheidung			
E4	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	2	1,77%



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Auditprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:

**GEMEINWOHL
ÖKONOMIE** Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft
Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Unternehmensberatung Hagmann
---------	----------------	-------------------	------------------------------

**M5.0
Kompaktbilanz**

2021

Auditor*In:
Nils Wittke

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 20 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: J.	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 100 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: J.
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 100 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 100 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 90 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: J.
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 10 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 100 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 70 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 10 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 60 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 20 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 30 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 20 %
			Testat gültig bis: 31.03.2025	BILANZSUMME: 449

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: p139e
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 17.07.2022

**Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good
e.V., VR 24207**

**INTERNATIONAL
FEDERATION**
for the Economy for the Common Good e.V.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Nach welchen Kriterien werden Lieferant/innen ausgewählt?

Es werden regionale Anbieter*innen vor Ort bevorzugt. Keine Internetkäufe. Beim Büromaterial fiel nur Toner für den Drucker an, Kauf bei Libro vor Ort. Aufgrund Corona wurde überwiegend im Home Office gearbeitet, kleinere Fahrten werden mit dem E-Auto, das bei der eigenen PV-Anlage geladen wird, erledigt. Bei

+Telefon und Internet wird vor allem auf Funktionalität geachtet. Samsung, A1 und Breitbandkabel.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Es wird darauf geachtet, Firmen aus dem Umfeld zu bevorzugen und große, intransparente Unternehmen zu vermeiden

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Ökostrom

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Prüfung, ob Produkte bei einem gemeinwohlabilanziereten Unternehmen bezogen werden können

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Anteil Beratung / Coaching / Fortbildung an Einkaufsvolumen gesamt	23,37 %, € 852,-
Anteil Büromaterial an Einkaufsvolumen gesamt	4,83 %, 175,98
Anteil Handelswaren an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Im Berichtszeitraum angeschafftes Anlagevermögen (Maschinen etc.) an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil KFZ-Kosten an Einkaufsvolumen gesamt	10,28 %, € 375,-

Anteil Papier an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Räumlichkeiten/Immobilien an Einkaufsvolumen gesamt	3,2 % € anteilige Betriebskosten Büro € 116,7
Anteil Reisekosten an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil (Roh-)Material und Halbfertigprodukte an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Software an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Sonstige Fremdleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	1,37 %
Anteil Sonstige Geringwertige Wirtschaftsgüter (GWG) an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Sonstiges an Einkaufsvolumen gesamt	13,66 %
Anteil Technische Kleingeräte (Handy, Computer, Drucker, etc.) an Einkaufsvolumen gesamt	9,3 % Handy Euro 339,-
Anteil Telefon/Internet an Einkaufsvolumen gesamt	15,77 % Tel und Internet € 575,04
Anteil Treibstoffkosten an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Zugekaufte Druckleistung an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Zugekaufte Marketing / Werbeleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	10,83 % € 395,-
Anteil Zugekaufter Strom an Einkaufsvolumen gesamt	2,36 % € 86,-
Anteil Zugekauftes Wasser an Einkaufsvolumen gesamt	1,03 % € 37,5
Anteil Zugekaufte Transportleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Zugekaufte Wärme an Einkaufsvolumen gesamt	4 % € 145,9

Einkaufsvolumen gesamt	3.646,32 €
Anteil unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellte Produkte und Dienstleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	30,28 %

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird, da inländische und europäische Lieferant*innen bevorzugt werden, die durch Gesetz zu deren Einhaltung verpflichtet sind. Erste Ausschlusskriterien beim Einkauf werden eingehalten.

Bewertungseinstufung: 1

Verbesserungspotenziale/Ziele: Einkaufsrichtlinien schriftlich festlegen, Fragebogen zur Nachhaltigkeit an Thalia und Pelletslieferanten schicken

Begründung der Bewertung: Für technische Produkte, z.B. Handy und Internetanbieter stehen Funktionalität und schnelle Beschaffung noch immer vor ökologischen Überlegungen, bzw. sind nachhaltige Anbieter*innen noch nicht bekannt.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander? "Beteiligte" bezeichnet nach diesem Aspekt sowohl Lieferant/innen als auch Vorlieferant/innen inkl. ihrer jeweiligen Berührungsgruppen. Dabei ist jedoch zu beachten, dass jedes Unternehmen in Abhängigkeit seiner Größe, Marktstellung sowie weiterer Faktoren unterschiedlich viele Möglichkeiten hat, auf die Bedingungen in seiner Zulieferkette Einfluss zu nehmen.

Vernetze immer wieder die mit mir zusammenarbeitenden Akteur*innen.

Aktives Einbringen und Nachfragen bei den Weiterbildungen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Verschaffung erster Informationen und Auseinandersetzung mit verfügbaren Labels

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Anteil Eingekaufte Produkte und Dienstleistungen mit Label Solidarität und Gerechtigkeit an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Lieferant/innen mit denen fairer und sozialer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde	8 %

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt wird – es hat durch die geringe Größe keine beeinflussende Marktmacht.

Bewertungseinstufung: 1

Verbesserungspotenziale/Ziele: Kriterien in Einkaufsrichtlinie einarbeiten, nach verfügbaren Labels Ausschau halten

Begründung der Bewertung: Fehlende Kenntnisse von verfügbaren Labels bei den eingekauften Produkten

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Wenn möglich werden Unternehmen bevorzugt, die sich als Ganzes glaubwürdig um Umweltschutz und der sozialen Gerechtigkeit bemühen. Ansonsten wird Bio-Produkten der Vorzug gegeben, ausschließlich Ökostrom.

Durch bewussten, eingeschränkten Konsum wird das Risiko vorab minimiert. Bei Alternativen z.B. Auto wird die nach wissenschaftlichen Kriterien umwelt- und CO2- verträglichere Variante gewählt - z.B. kleines gebrauchtes E-Auto.

Bei den betrieblichen zugekauften Produkten wird eher auf Funktionalität und Einfachheit der Beschaffung geschaut. Beim Kauf des Handys konnte die höherbewertete Alternative (Fairphone) durch mangelnde Verfügbarkeit leider nicht gewählt werden. Siegel wie Fairtrade beim Kaffee.

Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Minimierter CO2 Fußabdruck. Vorbild und Überzeugungsarbeit bei zu beratenden Unternehmen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Weitere Verringerung des CO2 Fußabdruckes. Mehr bewusste Auswahl der Lieferant*innen.

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Eingekaufte Produkte und Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind	50 €

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

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

Bewertungseinstufung: 1

Verbesserungspotenziale/Ziele: Fragebogen an Thalia und Pelletslieferanten

Begründung der Bewertung: Einige Unternehmen, wie z.B. Amazon, werden bereits bewusst vom Einkauf ausgeschlossen. Höherwertige Alternativen werden aktiv gesucht.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Auswahl und Vernetzung der GWÖ-Unternehmen – aufgrund der kleinen Unternehmensgröße nur geringe Einflussmöglichkeit.

GWÖ-Berichte wenn vorhanden, Zeitungsberichte, Internetrecherche

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Sammeln von Informationen zu Risiken und Missständen entlang der Zulieferkette, Suche nach Labeln

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Anteil Einge kaufte Produkte und Dienstleistungen mit Label Transparenz und Gerechtigkeit an Einkaufsvolumen gesamt	0 %
Anteil Lieferant/innen mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde	8 %
Anteil neue Lieferanten, die aufgrund eines transparenten und partizipativen Umgangs mit anderen Unternehmen ausgewählt wurden	0 %

Bewertungseinstufung: 1

Verbesserungspotenziale/Ziele: Wissen über Labels verbessern und bei jedem Einkauf, dokumentieren. Vernetzung dieses Wissens mit anderen interessierten Unternehmen.

Begründung der Bewertung: Bewusste Suche nach Labeln, aber in diesem Bereich noch wenige gefunden.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Hauptfinanzpartner ist das Umweltcenter der Raiffeisenbank Gunskirchen. Für das Geschäftskonto wird das von der Genossenschaft für Gemeinwohl kontrollierte „**Gemeinwohl-Konto**“ verwendet .

Die Frage der Finanzierung nicht relevant, da keine Fremdfinanzierung notwendig - 100 % Eigenkapital und deshalb keine Finanzrisiken durch Kredite vorhanden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Sämtliche Geldtransaktionen und Veranlagungen - des Unternehmens werden über das nachhaltig ausgerichtete Institut des Umweltcenters der Raiffeisenbank Gunskirchen abgewickelt.

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Finanzierung - Crowd-Funding	0 €
Anteil Finanzierung - Crowd-Funding	0 %
Finanzierung - Darlehen von Berührungsgruppen	0 €
Anteil Finanzierung - Darlehen von Berührungsgruppen	0 %
Finanzierung - Konventioneller Fremdwährungskredit	0 €
Anteil Finanzierung - Konventioneller Fremdwährungskredit	0 %
Finanzierung - Konventioneller Inlandskredit	0 €
Anteil Finanzierung - Konventioneller Inlandskredit	0 %
Finanzierung - Kredit bei Ethikbank	0 €
Anteil Finanzierung - Kredit bei Ethikbank	0 %
Eigenkapital	0 €
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	0 %
Finanzierung gesamt	0 €

Bewertungseinstufung: 7

Verbesserungspotenziale/Ziele: Teilen des vorhandenen Wissens mittels Informationsveranstaltungen und Workshops - mindestens 2

Begründung der Bewertung: Keine Fremdmittel für das Unternehmen notwendig - Überschüsse werden zur Verbesserung der Nachhaltigkeit dem Umweltcenter Gunskirchen zur Verfügung gestellt.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Da ich selbst Eigentümerin meiner Kapitalerträge bin, habe ich einen sehr hohen Anspruch an deren Verwendung. Alle unterstützten Unternehmen, Vereine und Privatpersonen werden nach Kriterien der Wirksamkeit, transparenten Verwendung der Mittel und ihrem Engagement für Umwelt und Menschenwürde ausgewählt.

Die notwendigen Zukunftsausgaben werden mit 2.000 Euro ermittelt (inkl. Reserve für ev. Reparatur und/oder Neukauf Laptop oder Drucker)

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Ermitteln der Zukunftsausgaben und 100 % Deckung

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Mittelüberschuss	2.732,64 €
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	2000 €
Getätigte strategische Ausgaben gesamt	1.379 €
Anlagenzugänge	0 €
Zuführung zur Rücklage	0 €
Ausgeschüttete Kapitalerträge	2.000 €
Anteil ausgeschüttete Kapitalerträge an eingebrachten Kapital	0 %

Bewertungseinstufung: 10

Verbesserungspotenziale/Ziele: 1 neues Projekt unterstützen, das sich sozial und nachhaltig neu orientiert

Begründung der Bewertung: Keine Ausschüttung von Erträgen notwendig.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Welche Sanierungsziele an/in der eigenen Anlage haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

Ziel ist eine weitgehende Stromunabhängigkeit am eigenen Standort

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

ca. 400,-

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Zusätzliche Photovoltaikanlage 4,6 kWp zur bestehenden 4 kWp, Stromspeicher mit 11 KW, Geplant für 2022: Speicherkapazität um 3,5 kwh aufstocken

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Keine betrieblichen Veranlagungen, aber Unterstützung von Vereinen und Institutionen, die sich für die ökologische und soziale Transformation einsetzen, z. B. Pioneers of Change.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Investitionen in eigene Unabhängigkeit beim Strom,

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Ökologischer Sanierungsbedarf	400 €
Realisierte ökologische Sanierung	1.500 €
Anteil realisierte ökologische Sanierung	375 %
Veranlagungen in sozial-ökologische Projekte	0 €
Veranlagungen in sozial-ökologische Fonds	0 €
Anteil Veranlagungen in sozial-ökologische Projekte an Veranlagungen gesamt	0 %
Anteil Veranlagungen in sozial-ökologische Fonds an Veranlagungen gesamt	0 %

Bewertungseinstufung: 10

Verbesserungspotenziale/Ziele: Verstärkter Fokus auf gemeinwohlorientierte Projekte.

Begründung der Bewertung: Konsequente Umsetzung meines in vielen Jahren erworbenen Wissens und der vielfältigen Erfahrungen zu diesem Thema.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Bewertungseinstufung: nicht relevant

Als Einzelunternehmerin bin ich allein für alle Entscheidungen verantwortlich.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Als selbständige Unternehmerin schätze ich es sehr, meine Zeit frei einteilen zu können und achte ganz besonders darauf, dass ich keine Zeit mit unnötigen Routinearbeiten verschwende. Manchmal ist es schwer abzugrenzen, ob eine Tätigkeit nun "Arbeit" oder doch angenehme Lebenszeit ist. Ich verbringe gerne Zeit und intensiven Austausch mit Menschen, die ähnlich wie ich daran interessiert sind, aktiv für ein besseres Leben für alle zu arbeiten und sich dafür einsetzen. Dieses gegenseitige Wachsen und sich Entwickeln gibt mir Freude und Rückhalt. Ich achte auf ein angenehmes Arbeitsumfeld in meinem Home Office und regelmäßige Pausen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Bewusstes Zeitmanagement, gute Verteilung der Arbeit, ausreichend Freiräume für Erholung und Regeneration

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	3 Jahre
Ausmaß der Weiterbildungsangebote pro Mitarbeiter	0 Stunden
In Anspruch genommene Weiterbildungsangebote pro Mitarbeiter	0 Stunden siehe angefügte Tabelle
Krankheitsquote gesamt	0 %
Arbeitsbedingte Verletzungen gesamt	0 Anzahl
Schwere arbeitsbedingte Verletzungen (exkl. Todesfälle) gesamt	0 Anzahl
Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen gesamt	0 Anzahl
Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen	0 Anzahl
Mitarbeiter	0 Anzahl
Mitarbeiterinnen	0 Anzahl
Mitarbeitende <30 Jahre	0 Anzahl
Mitarbeitende 30-50 Jahre	0 Anzahl
Mitarbeitende >50 Jahre	0 1 Anzahl

In Anspruch genommene Schulungen und Workshops zum Thema Diversität	0 Stunden/Mitarbeitende
Durchschnittliche Dauer der Väterkarenzen	0 Monate
Durchschnittliche Dauer der Mütterkarenzen	0 Monate

Weiterbildungen 2021		
14.1.	Finanzmärkte und ihre Auswirkungen auf die Wirtschaft	18:30 – 20.30 Uhr
21.1.	Umweltbundesamt: Mut zur Nachhaltigkeit – Konsum	18- 19:30 Uhr
	Mitarbeit im Erfolgsteam von Stefanie Ristig-Bresser	6 Monate
15.2.	GfG Geld und Demokratie mit Christian Felber	9 Wochen
18.2.	VBV-Vorsorgekasse im Diskurs: Verantwortung neu denken	15 – 17 Uhr
3.3.	VBV im Diskurs: Mit Nachhaltigkeit aus der Krise	15-17 Uhr
4.3.	ÖGUT Grüne Giro- und Sparprodukte	14 – 16 Uhr
25.3.	Reinventing Society – Realutopien	9 - 11 Uhr
25.3.	Umweltbundesamt: Mut zur Nachhaltigkeit – Kommunikation	18 – 19:30 Uhr
30.3.	Vortrag zur Donut-Ökonomie	
30.4.	Geldgipfel der GLS Bank	9 – 17 Uhr
1.5.	Geldgipfel der GLS Bank	9 – 17 Uhr
14.10.	Aufbaulehrgang Klimabündnis	9 – 16 Uhr
20.10.	Vortrag Kromb Kolb St. Pölten	19 – 21 Uhr
10.11.	Klimavortrag Sebastian Lehner ZAMG	19 – 21 Uhr
18.11.	Raiba Gunskirchen „Das gute Geld“- Symposium	18 – 21 Uhr

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

Bewertungseinstufung: 8 (Vorbildlich)

Verbesserungspotenziale/Ziele: Weiter achtsamer Umgang mit Ressource Zeit.

Begründung der Bewertung: Arbeiten wird als sehr erfüllend und mit geringer Belastung empfunden.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Meine Normalarbeitszeit ist saisonalen Schwankungen unterworfen, in den Sommermonaten nehme ich keine Aufträge an. Trotzdem habe ich aufgrund eines monatlichen Grundeinkommens in Form meiner Alterspension ein gutes Auskommen und liege über dem Durchschnittsverdienst.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Verhältnis von unternehmerischer Arbeit und Ehrenamt in ausgewogenem Verhältnis

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Höchstverdienst (VZÄ)	0 €
Mindestverdienst (VZÄ)	0 €
Spreizung Höchst-/Mindestverdienst (VZÄ)	0 1:
Medianverdienst (VZÄ)	0 €
Definierte Wochenarbeitszeit	15 Stunden
Tatsächlich geleistete Überstunden	0 Stunden

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Für Einzelunternehmen nicht zutreffend.

Bewertungseinstufung: 10

Verbesserungspotenziale/Ziele: Durch meinen persönlichen Einsatz neuen Kolleg*innen ermöglichen zu entgeltlichen GWÖ-Beratungen zu kommen.

Begründung der Bewertung: Bin über die Möglichkeit, so frei und trotzdem wirksam zu arbeiten sehr positiv überrascht.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

Meine Begeisterung für die SDGs und die Gemeinwohl-Ökonomie sowie der Wunsch, die Natur nicht nur zu bewahren, sondern sich aktiv für ihre Regenerierung einzusetzen, bestimmen mein ökologisches Verhalten. Ich ernähre mich seit 4 Jahren vegetarisch, unser großer Obst- und Gemüsegarten versorgt uns mit einem Großteil der benötigten Lebensmittel. Rest wird überwiegend auf regionalen Wochenmärkten bezogen.

Ich achte schon beim Einkauf darauf, nur das Notwendige zu kaufen, vermeide, wo es sich machen lässt, Plastikverpackungen. Im Büro werden zu einem überwiegenden Teil nur ökologische Reinigungsmittel in wieder befüllbaren Gebinden verwendet. Mobilität wird mit öffentlichen Verkehrsmitteln, E-Auto und Fahrrad (überwiegend im Sommer) erreicht.

Es werden keine Flug- oder Schiffsreisen unternommen, Druckpapier ist zu 100 % Recyclingpapier, Getränke ausschließlich in Mehrweg-Pfandflaschen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Bewusste Reduzierung des eigenen CO2 Fußabdruckes. 100 % vegetarische Ernährung. Anschaffung österreichweit geltendem Klimaticket

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	80 %
PKW / 1 Insasse	60 % elektrisch
PKW / 2 Insassen	0 %
PKW / 3 Insassen	0 %
PKW / 4 Insassen	0 %
ÖV	35 %
Rad	5 %
Fuß	0 %
Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden	0 %

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

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

Bewertungseinstufung: 9 (Vorbildlich)

Verbesserungspotenziale/Ziele: Veganen Ernährungsanteil bewusst ausweiten.

Begründung der Bewertung: Nachweislich wesentlich geringerer CO₂ Fußabdruck als der Durchschnitt.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Durch die Veröffentlichung des GWÖ-Berichtes ist mein Unternehmen und weitgehend auch mein Verhalten in ökologischen und sozialen Fragen transparent. Nachdem ich keine Mitarbeiter habe, ist das Thema Mitentscheidung für mich nicht relevant.

Bewertungseinstufung: 10

Verbesserungspotenziale/Ziele: Gemeinwohlbericht gut sichtbar auf der eigenen und der GWÖ-Homepage platzieren.

D1 Ethische Kund*innenbeziehung

Gibt es interne Umsatzvorgaben vonseiten des Unternehmens? Wenn ja, welche?

Nein, selbständig, entscheide selbst, welche Aufträge ich annehme.

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie StammKund*innen betreut?

Interessierte Unternehmen können sich auf meiner Homepage informieren. Bei diversen Messen, Vernetzungstreffen und Infoständen lege ich Informationsmaterial auf und führe gerne Gespräche. Neue Kund*innen kommen überwiegend über Netzwerkpartner*innen, persönliche Empfehlung zu mir. Gute Zusammenarbeit mit dem Netzwerk der GWÖ und der Genossenschaft für Gemeinwohl. Da meine Kund*innen immer einen GWÖ Bezug haben, biete ich ihnen an, sämtliche relevante Informationen über den Bezug des GWÖ-Newsletters zu erhalten - ich selbst verfasse nun keinen Newsletter mehr.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Mir ist vor allem wichtig, dass die Idee der GWÖ möglichst vielen Unternehmen und Organisationen zugänglich gemacht wird. Das Umsatzstreben steht nicht im Vordergrund. Trotzdem freut es mich mit meinen Umsätzen und den sich daraus ergebenden Möglichkeiten die Bewegung zu unterstützen.

10 % der Umsätze fließen als Bewegungsabgabe an die GWÖ zurück.

Welche Kund*innengruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, damit diese auch in den Genuss der Produkte/Dienstleistungen kommen können?

Mit meinen Produkten spreche ich nur Unternehmen und Organisationen an. Der Umfang und damit die Kosten für meine Beratungsleistung sind immer an den individuellen Bedürfnissen der Kund*innen ausgerichtet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Kund*innenbeziehung immer auf Augenhöhe, keine Umsatzziele

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Gesamtausgaben Marketing	661 €
Ausgaben Werbung	144 €
Ausgaben Verkauf	517 €
Anteil Fixe Ausgaben Verkauf an Ausgaben Verkauf	100 %
Anteil Umsatzabhängig Ausgaben Verkauf an Ausgaben Verkauf	0 %
Anteil Umsatz von benachteiligten Kund*innen	0 %

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden!

Bewertungseinstufung: 5 (Erfahren)

Verbesserungspotenziale/Ziele: Kunden*innenzufriedenheit verstärkt abfragen - Ausarbeitung eines speziellen GWÖ-Fragebogens beim nächsten Berater*innen Treffen anregen

Begründung der Bewertung: Umfassende Analyse der Kund*innenbedürfnisse, Barrierefreiheit durch individuelle Betreuung gegeben.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Stelle meine Expertise und Erfahrung der GWÖ und der Genossenschaft für Gemeinwohl zu SDGs und Finanzthemen gerne zur Verfügung: Workshop "Nachhaltige Veranlagungen" - Herausarbeitung der Wichtigkeit des Geldes und dessen Einsatz zur Verbesserung von Ökologie und sozialer Gerechtigkeit. Unterstützung der Initiativen "Bedingungsloses Grundeinkommen" durch Co-Betreuung vom Messestand in Bad Schallerbach, Fridays for Future (Ordnungskraft beim Klimastreik in St. Pölten), Vertretung der Radlobby St. Pölten beim Umweltausschuss der Gemeinde St. Pölten

Ein sehr schönes und lehrreiches Projekt war das gemeinsam geschriebene Buch „24 wahre Geschichten vom Tun und vom Lassen“ – Gemeinwohl-Ökonomie in der Praxis. Ich schrieb über

Sonnentor – für die Recherche durfte ich ein äußerst spannendes Interview mit Johannes Gutmann führen.

In wie fern wird ein aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) geleistet?

Einforderung von gesetzlichen und zielorientierten Rahmenbedingungen zur Einhaltung des Pariser Klimazieles bei Gemeinde und Land NÖ.

Welche Mitarbeit / welches Engagement bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards gibt es?

Mitarbeit bei der Initiative Klimahauptstadt 2024 und des EU-geförderten Projektes "Klimawerkstatt" in St. Pölten, Einbringung meiner Expertise beim Klimabündnisarbeitskreis in unserer Gemeinde

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Genossenschaft für Gemeinwohl mit dem Ziel der Bekanntmachung der GWÖ für Unternehmen und Privatpersonen. Verantwortung für Geld als Mittel zum Zweck erhöhen und nicht als Anhäufungsgut, Menschen in die Selbstwirksamkeit führen und ihnen die Bedeutung ihres eigenen Handelns bewusst machen.

In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Großer Teil meiner ehrenamtlichen Tätigkeit kommt der GWÖ und ihrer Unternehmen zugute: Koordinations- und Vernetzungsarbeit. Stundenanzahl durchschnittlich 5 pro Woche. Koordinatorin für den Akteur*innenkreis "Beratung" für Wien, NÖ und Burgenland. Pioneers of Change werden von mir beworben um tiefgreifenden (Bewusstseins-) Wandel erfahren zu können. Für das Klimabündnis leite ich den Klimabündnisarbeitskreis in meiner Gemeinde Oritzberg-Rust.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Projekte überwiegend in Kooperation mit anderen GWÖ-Berater*innen umgesetzt.

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Anteil Mitarbeitendenstunden in Kooperations-Projekten an Mitarbeitendenstunden gesamt	0 %
Anteil Mitarbeitendenstunden in Kooperations-Projekten mit Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional) an Mitarbeiterstunden gesamt	0 %
Anteil Mitarbeitendenstunden aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen an Mitarbeiterstunden gesamt	0 %
Anteil Mitarbeitendenstunden aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, aber mit anderer Zielgruppe an Mitarbeiterstunden gesamt	0 %
Anteil Umsatz aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional) an Gesamtumsatz	82,76 %
Anteil Umsatz aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen an Gesamtumsatz	4,46 %
Anteil Umsatz aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, aber mit anderer Zielgruppe an Gesamtumsatz	0 %

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Das Unternehmen kann bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmern komplett verzichtet wird.

Bewertungseinstufung: 8 (Vorbildlich)

Verbesserungspotenziale/Ziele: Analyse von Spezialisierungen der Berater-Kolleg*innen zur Kompetenzverbesserung für Kund*innen

Begründung der Bewertung: Angebote werden immer mit Kooperationspartner*innen erstellt, außer auf besonderen Kund*innenwunsch

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Ökologische Auswirkungen fallen im Speziellen bei der Anreise zu Kund*innen und für das Büro im eigenen Wohnhaus an. Anreise nur, wenn online von den Kund*innen nicht erwünscht ist. Beim Wohnhaus nehmen wir sukzessive Investitionen in die Ressourcenautarkie wahr und achten sehr auf unseren CO2-Fußabdruck.

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert? Maßnahmen können z.B. die Anwendung von Ökodesign-Kriterien o. Ä. bei der Gestaltung und Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen sein.

Verwendung von öffentlichen Verkehrsmitteln (Klimaticket) bzw. wo dies nicht möglich E-Auto. Weiters werden nur Beratungsangebote angenommen, die im Umkreis liegen oder gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind.

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert? Förderung eines maßvollen Konsums durch Förderung von - Wiederverwert- und Wiederverwendbarkeit - Langlebigkeit und Reparierbarkeit - besondere Serviceangebote

Meine Beratungsleistung zur GWÖ-Bilanz beinhaltet immer auch das Aufzeigen der Wichtigkeit des Bewusstseins der eigenen Wirksamkeit. Begleitend informiere ich über hilfreiche Bücher, Veranstaltungen und Workshops, die Expertise zum Bewusstseinswandel und zum Reflektieren unseres Wirtschaftssystems vermitteln.

Jedes Unternehmen wird von mir vorab über die Zusammenhänge und die wissenschaftlichen Grundlagen von Klima - Wirtschaft - Mensch informiert, um die Wichtigkeit eines zukunftsfähigen Agierens aufzuzeigen. Gleichzeitig weise ich auf die Änderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen hin. Dadurch können frühzeitig und damit kostensparend Weichen für eine umfassende Nachhaltigkeit gestellt werden. Ich erwarte, dass klimaschädliches Verhalten in Zukunft immer teurer wird.

Auf meiner Webseite und in meiner Broschüre, sowie im angebotenen Newsletter der GWÖ-Österreich stehen eine umfassende Nachhaltigkeit im Vordergrund.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Hoher Anteil an Online-Beratungen, bewusst wenig gefahrene Kilometer durch Auswahl der Projekte im unmittelbaren Umfeld

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

Bewertungseinstufung: 7

Verbesserungspotenziale/Ziele: Verständnis dieses Geschäftsmodells auch bei den Kund*innen durch direktes Ansprechen erhöhen. Treffen außerhalb der Geschäftsräume verkehrstechnisch günstig wählen.

Begründung der Bewertung: Geschäftsmodell ist hinsichtlich ökologischer Auswirkungen weitgehend optimiert.

D4 Kund*innenmitwirkung und Produktransparenz

Da der Beratungsprozess individuell gestaltet ist, haben Kund*innen großes Mitsprache- und Mitentscheidungsrecht. Der Auftrag wird gemeinsam besprochen und festgelegt.

Impulse meiner Kund*innen sind ausdrücklich erwünscht und fließen in die weitere Arbeit mit ein.

Über meine Webseite können sich meine Kund*innen über Angebot und meinen Hintergrund, meine Erfahrungen und Kenntnisse informieren. Die Preisgestaltung ist immer individuell und nicht öffentlich zugänglich. Dies auch deshalb, damit ich besser und flexibler auf die soziale und wirtschaftliche Situation meiner Kund*innen eingehen kann.

Gerne bestätige ich, dass ich mit meiner Dienstleistung keine Schadstoffe und schädlichen Nebenwirkungen produziere.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Systematische Kund*innenbefragung bei Vertragsklärung, Verbesserungsvorschläge werden so rasch als möglich umgesetzt.

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Produkte oder Dienstleistungen mit sozial ökologischer Verbesserung, die unter Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind	0 Anzahl
Umsatz Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen	0 €
Umsatz Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen	0 €

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

Bewertungseinstufung: 2

Verbesserungspotenziale/Ziele: Projekt Veröffentlichung der Preisbestandteile für Webseite starten.

Begründung der Bewertung: Preisbestandteile nicht veröffentlicht.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Welche der neun Grundbedürfnisse (nach Max-Neef) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? Folgende neun Bedürfnisse laut M. Max-Neef und M. Rosenberg sind als menschliche Grundbedürfnisse zu verstehen:

- 1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden**
- 2. Schutz/Sicherheit**
- 3. Zuneigung/Liebe**
- 4. Verstehen/Einfühlung**
- 5. Teilnehmen/Geborgenheit**
- 6. Muße/Erholung**
- 7. kreatives Schaffen 8. Identität/Sinn 9. Freiheit/Autonomie**

Alle: Ich achte im speziellen darauf, dass die GWÖ-Werte Eingang in gelebte Leitbilder finden: in Gemeinwohl-bilanzierten Unternehmen wird den Mitarbeitenden hohe Wertschätzung und Anerkennung entgegengebracht. Der Arbeitsplatz sichert die Existenz, Gefahren werden minimiert. Durch die gegenseitige Wertschätzung und das Arbeiten auf Augenhöhe wird Zuneigung, Verstehen und Teilhabe erzeugt. Es wird darauf geachtet, dass Arbeit gleichmäßig verteilt wird und Zeit für Erholung, Ehrenamt und kreative Tätigkeiten bleibt. Gemeinsames Leben der Werte fördert die Identität und die Freiheit der Kolleg*innen, auch wenn Entscheidungen zur eigenen Weiterentwicklung auch die Option einer Kündigung beinhalten kann.

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Meine Dienstleistung ist ein wirksames Mittel zur Umsetzung der SDGs und zum Erreichen der Pariser Klimaziele. Von vielen wird das als Luxus angesehen, aber ich vertrete die Auffassung, dass alle Maßnahmen zur Erhaltung unseres Planeten und die Gewährleistung eines guten Lebens für alle gar kein Luxus sein können, sondern damit die wesentlichen Grundbedürfnisse gedeckt werden. Heute, aber natürlich auch für die zukünftigen Generationen.

In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Im Zuge meiner Beratungen und Workshops nehmen sich Menschen manchmal erstmals die Zeit, sich mit ihrer Einstellung, ihrem Tun, ihrer Wirksamkeit und ihrer Verantwortung für eine lebenswerte Welt auseinander zu setzen. Sie lernen Lösungsmöglichkeiten, Vorzeigeprojekte und andere Unternehmen kennen, die bereits zeigen, was alles gemacht werden kann. Diese neue Erfahrung bewirkt eine freudvolle Sicht auf das Leben allgemein und die Einsicht, dass in Gemeinschaft vieles möglich ist. Das nimmt den Druck von den Einzelnen.

Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Durch eine 360° nachhaltige Ausrichtung der Unternehmen und Gemeinden, die meine Dienstleistung in Anspruch nehmen, wird ein wesentlicher Schritt zur Verbesserung der gesellschaftlichen und ökologischen Probleme gemacht. Dieser Prozess hat auch Auswirkungen bis hinein in den privaten Bereich der Mitarbeitenden. Ein wesentlicher Beitrag wird erbracht zur Neuausrichtung unserer Wirtschaft hinsichtlich des Gemeinwohls.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Bei jeder Beratung, bei jedem Workshop, bei jedem Vortrag erkläre ich die Zusammenhänge zwischen Mensch - Klima - Wirtschaft um das Problembewusstsein zu schärfen.

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Anteil Umsatz, der Grundbedürfnisse erfüllt an Gesamtumsatz	100 %
Anteil Umsatz der Statusprodukte an Gesamtumsatz	0 %
Anteil Umsatz, der Entwicklung der Menschen dient an Gesamtumsatz	100 %
Anteil Umsatz, der Regeneration der Biosphäre dient an Gesamtumsatz	31,88 %
Anteil Umsatz, der sozialen und ökologische Herausforderungen lt. UN (SDG) dient an Gesamtumsatz	100 %
Anteil Umsatz mit mehrfachem Nutzen an Gesamtumsatz	100 %

Anteil Umsatz mit hemmenden oder Pseudonutzen an Gesamtumsatz	0 %
Anteil Umsatz mit Negativnutzen an Gesamtumsatz	0 %

Bewertungseinstufung: 6

Verbesserungspotenziale/Ziele: Beispiele für erfolgreiche Projekte zur Regeneration der Biosphäre finden und diese im Sinne der komplexen Herausforderungen in Beratungsprozess einbinden.

Begründung der Bewertung: Bekanntmachung und Umsetzung der SDGs und der Gemeinwohl-Ökonomie zielen bewusst auf die Veränderung hinsichtlich eines guten Lebens für alle und den Schutz der Biosphäre ab.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?

Die Konzeption und Durchführung der Workshops "Nachhaltige Veranlagungen" dient dem besseren Verständnis, was Geld mit uns macht und wie wir sinnvoll die eigenen Geldströme lenken können. Die Organisation von Veranstaltungen für das Klimabündnis dient dem Bekanntmachen von Wissen und Zusammenhängen von Klima und Wirtschaft und ihrem unmittelbaren Einfluss auf das Leben von Menschen und Tieren.

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Die Veränderungen selbst lassen sich nicht leicht messen - Bewusstseinswandel braucht Zeit und Entwicklung. Ich habe hier immer das Bild der Raupe von den Pioneers of Change vor Augen: erst wenn das Wachstum der Raupe vollendet ist, kann der Schmetterling schlüpfen und in eine neue Dimension des Lebens eintauchen. Dieser Vorgang kann nicht beschleunigt werden, sonst stirbt die Raupe. Wir können nur dafür sorgen, dass das Umfeld dem Wachstum zuträglich ist.

Das Unternehmen leistet einen direkten materiellen Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens durch ESt und Sozialversicherung.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

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

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine korruptionsfördernden Praktiken betrieben werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Ausweitung des Geschäftsvolumens erzeugte höhere Leistungen in das Abgabensystem des Staates.

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Nettoabgaben	1.611,04 €
Nettoabgabenquote	38,19 %
Wertschöpfung	4.218,68 €
Anteil Investitionen in das Gemeinwesen an Gesamtumsatz	0 %
Anteil Corporate Volunteering Stunden an Mitarbeiterstunden gesamt	0 %

Bewertungseinstufung: 3

Verbesserungspotenziale/Ziele: Maßvolle Erhöhung des Umsatzvolumens und damit höhere Abgaben und vor allem höhere Bewegungsabgabe zur Unterstützung der GWÖ.

Begründung der Bewertung: Konzentration auf GWÖ-Beratung schränkte das Umsatzvolumen und damit die Abgaben ein - Konsequenz des Geschäftsmodells nur durch den Bezug eines Grundeinkommens möglich

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Bereich Wasser um die Umweltauswirkungen zu reduzieren?

Regenwasser Sammelbehälter und eigene Nutzwasserleitung für Garten, WC und Waschmaschine

Welche negativen Umweltwirkungen im Bereich Energie haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Zu beachten sind Klimawirksame Emissionen, Feinstaub, anorganische Emissionen, ionisierende Strahlung, Verwendung und Emissionen toxischer Stoffe, Düngung, Landverbrauch, Wasser- und Mineralien Verbrauch etc.

Es sind keine negativen Auswirkungen messbar - Energie wird aus der eigenen Produktion und aus Ökostrom bezogen.

Welche Umweltdaten werden zum Bereich Energie veröffentlicht?

Es werden noch keine Daten veröffentlicht.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Bereich Energie um die Umweltauswirkungen zu reduzieren?

Großteils Eigenversorgung durch Photovoltaikanlage und Beteiligung an Windkraftwerk.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Bereich Mobilität um die Umweltauswirkungen zu reduzieren?

Kauf Klimaticket - Vorrang öffentlicher Verkehr, wo möglich. Rest durch E-Auto - geladen überwiegend mit eigenem Strom.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Senkung des Stromverbrauches und bessere Überprüfung durch neuen Wechselrichter. Senkung des Wasserverbrauches durch bessere Regenwassernutzung. Reduzierung der Co2 Emissionen vor allem durch wenig Mobilität und sehr eingeschränktem Konsum.

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Gesamter Energieverbrauch	12.430,91 MJ
Verbrauch elektrischer Strom	1.627,2 MJ
Verbrauch Wärme (inkl. Fernkälte)	10.803,71 MJ
Verbrauch Wärme je Grad	0 MJ/°C
Verbrauch Gas	0 MJ
Wasserverbrauch gesamt	46 m ³
Verbrauch Leitungswasser	13 m ³
Verbrauch Regenwasser	20 m ³
Chemikalienverbrauch gesamt	0 kg
Chemikalienverbrauch giftig	0 kg
Chemikalienverbrauch ungiftig	0 kg
Papier gesamt	2,5 kg
Sonstige Materialien	144,57 kg
Kunstlichteinsatz	0 lm
Paketdienst und Gütertransporte	0 tkm
PKW Treibstoffverbrauch Benzin	0 L

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Scope 1 - Direkte Treibhausgasemissionen	0,04 t CO ₂ e
Scope 2 - Indirekte Treibhausgasemissionen aus Strom und Wärme	0,01 t CO ₂ e
Scope 3 - Andere indirekte Treibhausgasemissionen	1,53 t CO ₂ e
Scope 1+2+3	1,57 t CO ₂ e

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet.

Bewertungseinstufung: 4

Begründung der Bewertung: Unternehmen kennt seine Ressourcennutzung und Emissionen, sowie den ökologischen Fußabdruck. Dennoch an einem Punkt angekommen, wo Strategien und Ideen für eine weitere Reduktion (noch) fehlen.

Verbesserungspotenziale/Ziele: Veröffentlichung auf Webseite organisieren.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?

Sämtliche bekannte Informationen werden erfasst.

In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

Veröffentlichung in Form des Gemeinwohl-Berichtes auf der Webseite. Alle Informationen können auch sehr leicht über mein GWÖ-Berater*innen-Profil auf der österreichischen Webseite der Gemeinwohl-Ökonomie abgefragt werden. www.austria.ecogood.org

Wie können BürgerInnen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Durch die Öffnung und Moderation von Dialogrunden, sowie meinen Kontaktdaten auf der Homepage können interessierte Bürger*innen jederzeit mit mir in Kontakt treten und ein offener Austausch ist ausdrücklich erwünscht.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Aktive Berichterstattung zu relevanten (Umwelt-) Themen und offen kommunizierte Werthaltung des Unternehmens.

Beschreibung	Unternehmensberatung Hagmann Berichtszeitraum 2021
Transparenz des Gemeinwohl-/ Nachhaltigkeitsberichts	0 %
Anteil der Entscheidungen unter Einbeziehung der Berührungsgruppen	0 %

Bewertungseinstufung: 2

Verbesserungspotenziale/Ziele: Veröffentlichung des GWÖ-Berichtes

Begründung der Bewertung: Veröffentlichung des GWÖ-Berichtes erst 2022

Ausblick

Kurzfristige Ziele

- Wissen über Labels verbessern. Vernetzung dieses Wissens mit anderen interessierten Unternehmen.
- Teilen des vorhandenen Wissens mittels Informationsveranstaltungen und Workshops - mindestens 2
- 1 neues Projekt unterstützen, das sich sozial und nachhaltig neu orientiert
- Weiter achtsamer Umgang mit Ressource Zeit.
- Durch meinen persönlichen Einsatz neuen Kolleg*innen ermöglichen zu entgeltlichen GWÖ-Beratungen zu kommen.
- Veganen Ernährungsanteil bewusst ausweiten.
- Gemeinwohlbericht gut sichtbar auf der eigenen und der GWÖ-Homepage platzieren.
- Kunden*innenzufriedenheit verstärkt abfragen - Ausarbeitung eines speziellen GWÖ-Fragebogens beim nächsten Berater*innen Treffen anregen
- Analyse von Spezialisierungen der Berater-Kolleg*innen zur Kompetenzverbesserung für Kund*innen
- Verständnis dieses Geschäftsmodells auch bei den Kund*innen durch direktes Ansprechen erhöhen. Treffen außerhalb der Geschäftsräume verkehrstechnisch günstig wählen.
- Projekt Veröffentlichung der Preisbestandteile für Webseite starten.
- Beispiele für erfolgreiche Projekte zur Regeneration der Biosphäre finden und diese im Sinne der komplexen Herausforderungen in Beratungsprozess einbinden.
- Maßvolle Erhöhung des Umsatzvolumens und damit höhere Abgaben und vor allem höhere Bewegungsabgabe zur Unterstützung der GWÖ.

Langfristige Ziele

- Einkaufsrichtlinien schriftlich festlegen, Fragebogen zur Nachhaltigkeit an Thalia und Pelletslieferanten schicken
- Kriterien in Einkaufsrichtlinie einarbeiten, nach verfügbaren Labels Ausschau halten

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird. In Österreich gilt das „Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)“, in Deutschland das „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)“.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Renate Hagmann	Inhaberin	Autorin
Manuela Kiesenhofer	GWÖ-Kollegin	Beratung und Lektorin

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Renate Hagmann	70
Manuela Kiesenhofer	5

Datum: 15.4.2022

