

GEMEINWOHLBERICHT 2015



Inhaltsverzeichnis

Mein Unternehmen	4
Die Gesamtbewertung	7
A LieferantInnen	9
A1 Ethisches Beschaffungsmanagement	
B GeldgeberInnen	12
B1 Ethisches Finanzmanagement	
C MitarbeiterInnen & EigentümerInnen	13
C1 Arbeitsplatzqualität & Gleichstellung	
C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	
C4 Gerechte Verteilung des Einkommens	
C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz	
D KundInnen, Produkte, Dienstleistungen & Mitunternehmer ...	18
D1 Ethisches Verkaufen	
D2 Solidarität mit Mitunternehmen	
D3 Ökologische Gestaltung der Produkte & Dienstleistungen	
D4 Soziale Gestaltung der Produkte & Dienstleistungen	
D5 Erhöhung der sozialen & ökologischen Branchenstandards	
E Mensch, Natur & Gesellschaft	28
E1 Sinn & gesellschaftliche Wirkung der Produkte % Dienstleistungen	
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	
E4 Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe	
E5 Gesellschaftliche Transparenz % Mitbestimmung	
Mein Ausblick	34



MEIN UNTERNEHMEN

- Firmenname:
Armin Schmelzle, ganzheitliche Entwicklungsberatung
für Menschen, Unternehmen & Organisationen
- Rechtsform: Einzelunternehmen
- Branche: Unternehmensberatung
- Anzahl der MitarbeiterInnen: keine
- Umsatz: 65.000 Euro
- Adresse: 5020 Salzburg, Maierwiesweg 20
ab Juni 2015: 5020 Salzburg, Elisabethstraße 28
- Kontakt: info@armin-schmelzle.at; Tel. +43 664 520 7396
- Homepage: www.armin-schmelzle.at;
www.paarweise.at; www.jakobsweg-auszeit.at
- Berichtszeitraum: 1.1. – 31.12.2014

Mein Werdegang

Im Jahr 1996 habe ich den elterlichen Betrieb, ‚Hotel Wolf-Dietrich‘, (www.salzburg-hotel.at) in Salzburg übernommen und kurz darauf das Restaurant Ährlich als erstes kontrolliertes Bio-Restaurant Österreichs eröffnet.

Im Jahr 2001 gründete ich mit Ludwig Gruber und einigen anderen Hoteliers den Verein der Biohotels (www.biohotels.info), in dem ich vier Jahre als Obmann/Vorsitzender und weitere vier Jahre als Obmann-Stellvertreter mitwirkte.

Im Jahr 2008 begann ich, mich aus dem operativen Hotelgeschäft zurückzuziehen und verpachtete schließlich mein Hotel.

Meine Unternehmensberatung heute

Seitdem mache ich das, was mir Freude und Erfüllung bringt: ich begleite Unternehmen auf dem Weg zu mehr MITEINANDER; Miteinander unter den Kollegen, mit den Führungskräften, mit allen anderen Beteiligten und schlussendlich auch mit der Natur und der ganzen Welt.

Dazu nutze ich ganzheitliche Teamarbeit bzw. holistische Organisationsentwicklung (‘Genuine Contact’); ich bin systemischer Coach und Unternehmensberater.

Aus meiner Erfahrung weiß ich, dass ökologisches Handeln, Mit-einbeziehung der Mitarbeiter und eine hohe Rentabilität keine Widersprüche sind, sondern im Gegenteil der beste Weg für eine nachhaltige Zukunftssicherung eines Unternehmens.

Zweimal im Jahr organisiere ich eine Auszeit in Spanien auf dem Jakobsweg (www.jakobsweg-auszeit.at) und begleite als Coach eine kleine Gruppe von Menschen eine Woche lang auf dem Pilgerweg nach Santiago de Compostela, um Klarheit für persönliche Anliegen zu finden oder um einfach mal abschalten zu können.

All das ergab für 2014 folgendes Dienstleistungsportfolio:

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Holistische Organisationsentwicklung	78 %
Klassische Unternehmens-Beratung	8 %
Auszeit auf dem Jakobsweg	5 %
PAARweise Zentrum für Unternehmerpaare	3 %
Sonstiges	6 %

TESTAT : AUDIT

GEMEINWOHL-
BILANZ 2014

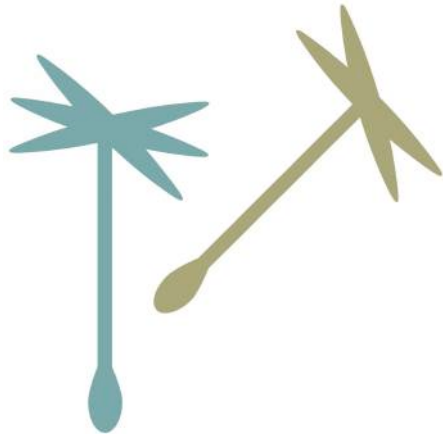
für Armin Schmelzle
AuditorIn Christian Rüter

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				10 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				20 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 60 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 70 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 70 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens X %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz X %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung 60 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmen 40 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 30 %	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen 30 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 30 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 40 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 70 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 10 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung X %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 10 %
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO- Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0	Feindliche Übernahme 0	Illegitime Umweltbelastungen 0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0
	Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO 0	Sperrpatente 0	Verstöße gegen Umweltauflagen 0	Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn 0	Verhinderung eines Betriebsrats 0
	Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0	Dumpingpreise 0	Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Umgehung der Steuerpflicht 0	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0
				Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter 0	Exzessive Einkommens- spreizung 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

Testat gültig bis 30.11.2017

BILANZSUMME 382



MEIN UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Ausgangspunkt der Gemeinwohl-Ökonomie sind die Werte, die uns in zwischenmenschlichen Beziehungen wichtig sind wie Vertrauen, Liebe, Zugehörigkeit, Ehrlichkeit und Offenheit. Es ist absolut unverständlich, dass wir Menschen im Wirtschafts-Kontext nach Grundsätzen handeln, denen geradezu gegensätzliche Werte zugrunde liegen.

Die Gemeinwohl-Ökonomie will einen Beitrag leisten, dieser Schizophrenie ein Ende zu setzen.

Ich habe im Rahmen meiner Tätigkeit als holistischer Organisationsentwickler die Erfahrung gemacht, dass Unternehmen, die mit Werten geführt werden auch tatsächlich wertvoller werden für alle Beteiligten.

Darum engagiere ich mich in der GWÖ und freue mich über jedes Unternehmen wo es Menschen gibt, die bereit sind, diesen Weg mitzugehen.

Zusammenfassung meiner bisherigen Aktivitäten:

- 2012: Gemeinwohl-Buch von Isabella Klien bekommen und gelesen
- Lernweg zum GW-Berater in Wien bei Katharina Liebenberger und Angela Drosch im Frühling 2013
- seit November 2013: Koordinator der österreichischen GWÖ-Berater

Ich bin Teil des Energiefelds Salzburg und des AK der BeraterInnen

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen

Die TOP Ausgaben:

Ausgabenposten	% der Ausgaben
Fortbildungen	19 %
Reisespesen	14 %
Büromiete	14%
Marketing	8 %
Sozialversicherung	7 %
Büromat./Telefon/Internet	7 %

Fortbildungen: für meine Fortbildungen wähle ich Menschen, die meinem Weltbild entsprechen und ganzheitlich lehren, wie meine Genuine-Contact Kollegen Mathias zur Bonsen im KSI bei Frankfurt und Isabella Klien im Seminarzentrum St. Virgil in Salzburg sowie Oliver Haas bei der Ausbildung ‚Positive Psychologie‘ in München.

Reisen: das größte Potenzial zur Verbesserung meiner eigenen Gemeinwohl-Bilanz liegt zweifelsohne im Bereich Reisen. Ich versuche, wann immer möglich, zu meinen Kunden mit dem Zug zu fahren.

Allerdings befinden sich einige meiner Kunden in Norddeutschland, wo ich das Flugzeug nehme aus Zeitersparnis- und Kostengründen. Ich übernachte in Biohotels (www.biohotels.info), wenn irgend möglich.

Büromiete: mein Büro befindet sich im Dachgeschoß einer Doppelhaushälfte; das Haus wurde vor etwa 20 Jahren gebaut und ist wärmeisoliert.

Energie: ich verwende Ökostrom und heize mit Gas.

Marketing: meine Drucksorten lasse ich von einer kleinen, regionalen Grafikerin gestalten und auf Biotop-Papier drucken, teilweise von einer GWÖ-Druckerei. Eigene Workshops: meine eigenen Workshops finden in ökologisch orientierten Betrieben statt (Biohotels oder Miramonte in Badgastein) oder in ursprünglichen, authentischen Herbergen in Spanien auf dem Jakobsweg.

Beratung: zu meinem Steuerberater habe ich ein über 30-jähriges Vertrauensverhältnis, das mir eindeutig wichtiger ist als kurzfristige Kosteneinsparungen.

Mobilität: mein Büro befindet sich im Dachgeschoß eines Hauses, das am Stadtrand von Salzburg liegt. Es ist optimal an das öffentliche Verkehrsnetz angeschlossen; innerhalb der Stadt fahre ich in der Regel mit dem Rad und gehe zu Fuß. Ich besitze einen Saab, der vor kurzem seinen 10-jährigen Geburtstag hatte.

Büro: mein Mac-Book ist schon einige Jahre alt und wird von mir gehegt und gepflegt.

Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung

Meine Workshops finden fast ausschließlich in Biohotels statt, mit dem zurzeit höchsten ökologischen Standard der Branche bzgl. Öko-Lebensmittel und Ausstattung. Die Biohotels sind alle ausnahmslos ehc-zertifiziert (eco hotels certified, www.ehc-hotels.com). Dabei wird mit einem komplexen Verfahren der CO₂-Verbrauch eines Betriebes errechnet und dadurch der ökologische Fußabdruck bestimmt. Die Betriebe geben die Daten selbst ein und werden alljährlich von einer staatlich anerkannten Kontrollstelle auf Plausibilität überprüft.

Im Bereich Büromaterialien und Bücher gibt es Verbesserungspotenzial; noch kaufe ich nur einen kleinen Teil beim lokalen Buchhändler.

Ansonsten versuche ich möglichst biologisch, regional und ökologisch vertretbar einzukaufen.

Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung

Ich wähle bewusst höherwertige Hotels (Biohotels) für meine Workshops und bleibe beispielsweise meinem Steuerberater treu, obwohl es preisgünstigere Alternativen gäbe. Auch sonst pflege ich langfristige auf Vertrauen aufgebaute Beziehungen zu meinen LieferantInnen.

B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

Institutionalisierung

Ich verfolge die Gründung der Demokratischen Bank in Österreich und bin über meine deutschen Kunden auch mit der dortigen Situation vertraut. Seit vielen Jahren bin ich aktives Mitglied eines regionalen Tauschkreises.

Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters

Ich bin Kunde bei der Hypo Landesbank Salzburg und der Raiffeisenbank seit einigen Jahren. Ich unterstütze die Gründung der Bank für Gemeinwohl.

Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Ich verfüge (leider) über kein anzulegendes Geldvermögen.

Gemeinwohlorientierte Finanzierung

Mein Einzelunternehmer ist ausschließlich eigenkapitalfinanziert, wobei ich einen banküblichen Kontokorrentrahmen nutze um Schwankungen auszugleichen.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT

Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und -strukturen

Ich bin selbstständig und habe keine Mitarbeiter angestellt. Die freie Zeiteinteilung ist mir sehr viel wert. Meine wöchentliche Arbeitszeit beträgt etwa 35 Stunden, zuzüglich rund 5 Stunden für ehrenamtliche Tätigkeiten (Grüne Wirtschaft und GWÖ).

Mein Arbeitsplatz ist mir ganz besonders wichtig. Das fängt an bei meinem Büro, das im obersten Stock unseres Hauses liegt. Der Raum ist lichtdurchflutet, hat eine angenehme Atmosphäre und eine wunderbare Aussicht auf die Wiesen und Felder der Umgebung. Er eignet sich sehr für konzentriertes und kreatives Arbeiten.

Genauso wichtig ist mir der Arbeitsraum für meine Workshops, Trainings und Coachings. Auch hier muss es ein heller, ausreichend großer Raum sein mit einer einladenden, offenen Atmosphäre und Blick ins Grüne. Nahezu alle Workshops fanden letztes Jahr in Biohotels oder Hotels mit ökologischer Ausrichtung statt.

Meine eigenen Fortbildungen mache ich bei Menschen, die mein ganzheitliches Weltbild teilen wie Birgit Williams, Matthias zur Bonsen oder Oliver Haas. Insgesamt verbrachte ich 23 Tage mit Weiterbildungen zu den Themen Positive Leadership und ganzheitliche Organisationsentwicklung. Coaching nehme ich sporadisch in Anspruch, wenn es dafür Bedarf gibt.

Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik

Ich beschäftige keine Mitarbeiter, daher ist dieser Punkt für mich nicht wirklich relevant. Mir selbst zahle ich ein für den Arbeitseinsatz angemessenes Gehalt aus.

Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten

Ich habe das Glück, meine Arbeitszeit weitgehend selbständig einteilen zu können. Dabei ist mir wichtig, Zeit für Kunden und Zeit für mich in einer guten Balance zu halten. Das Schöne an meiner Tätigkeit ist, dass ich bei meiner Arbeit mit den Kunden genau das mache, womit ich mich wohlfühle. Ich achte auf mentale, emotionale, spirituelle und körperliche Ausgewogenheit. Ich betreibe Sport, bin viel in der Natur und tanze gerne. Ich bin so gut wie nie krank und schlafe gut.

Hauptsächlich ernähre ich mich vegetarisch und kaufe weitgehend Bio-Lebensmittel ein. Auch bei Geschäftsessen und auf Reisen lege ich Wert auf biologische Ernährung und bevorzuge Biohotels. Im Winterhalbjahr besuche ich ein Fitness-Studio, wenn ich auf Reisen bin, gehe ich laufen, wenn es die Witterung zulässt. Zweimal im Jahr bin ich für eine Woche in Spanien auf dem Jakobsweg mit einer Pilgergruppe unterwegs, was mir persönlich auch gut tut.

Gleichstellung und Diversität

Nicht relevant

C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

Senkung der Normalarbeitszeit

Nach Durchsicht meines Terminkalenders liegt meine durchschnittliche wöchentliche Normal-Arbeitszeit bei 35 Stunden, was für mich total in Ordnung ist.

Es liegt in der Natur meiner Arbeit, dass sie Schwankungen unterworfen ist. Wochen mit hoher Intensität (Jakobsweg z.B.) wechseln sich mit ruhigen Zeiten ab. Hier gilt es, eine gute Balance zu finden.

Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit

Trifft nicht zu

Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit

Was meine eigene Arbeitszeit anbelangt, trenne ich nicht genau zwischen Arbeit und Freizeit; das dürfte daran liegen, dass mir meine Arbeit grundsätzlich Spaß macht und ich diese als sinnstiftend erlebe.

Ich achte und plane ganz bewusst ‚freie Zeit‘ für mich, in der ich wegfahre oder mit anderen ‚Urlaub‘ mache; diese bewussten Auszeiten helfen mir sehr. Außerdem achte ich in letzter Zeit mehr auf genügend Pausen zwischen den einzelnen beruflichen, ehrenamtlichen und privaten Aktivitäten, besonders wenn ich auf Reisen bin.

C3 FÖRDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Ernährung während der Arbeitszeit

Hauptsächlich ernähre ich mich vegetarisch (etwa 80%) und kaufe weitgehend Bio-Lebensmittel ein, wann immer möglich. Auch bei Geschäftsessen und auf Reisen lege ich Wert auf biologische Ernährung und bevorzuge Biohotels. Der Anteil der biologischen Lebensmittel insgesamt liegt bei etwa 70%. Ich trinke Leitungswasser.

Mobilität zum Arbeitsplatz

Mein Homeoffice ist die umweltbewussteste Art der Mobilität zum Arbeitsplatz, da ich nur zu Fuß unterwegs bin.

Offene Seminare werden in Seminarhotels in der unmittelbaren Umgebung abgehalten (z.B. Paarweise im Miramonte, Bad Gastein).

Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Mein eigenes ökologisch-nachhaltiges Bewusstsein wächst mit der Beschäftigung mit der GWÖ. Dies betrifft die Arbeit im Energiefeld genauso wie meine berufliche Arbeit mit Unternehmen.

Persönlich merke ich das an meinem zunehmend kritischen Einkaufsverhalten und an wesentlich mehr Fahrten mit dem Fahrrad und der Bahn als früher.

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

Trifft nicht zu

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

Trifft nicht zu

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf)

Mir ist eine aufrichtige, faire und langfristige Beziehung zu meinen Kunden außerordentlich wichtig. Viele meiner Kunden kenne ich schon seit Jahren, Neukunden kommen ausschließlich über Referenzen oder persönliche Begegnungen zustande.

Ich war selbst lange Jahre Unternehmer. Ausgehend von dieser Erfahrung nehme ich nur Aufträge an, wo die Sinnfrage vollkommen klar ist.

Potenzielle Kunden können sich auf meiner Website und in den verschiedenen Broschüren und Flyern über meine Fähigkeiten und Angebote eingehend informieren. Ich verschicke einen Newsletter und bin in den Social Media aktiv in einem vertretbaren Ausmaß.

Nachdem eine meiner Hauptzielgruppen ökologisch orientierte Betriebe im Tourismus sind, bin ich eine Partnerschaft mit dem Verein der Biohotels eingegangen (www.biohotels.info) und präsentiere mich auf deren Hauptversammlung.

Übersicht zur Einschätzung der Maßnahmen

Marketing/ Verkaufsmaßnahme	% ualer Anteil am Marketingbudget
Broschüre Erfolg im Tourismus (Gestaltung + Druck)	49%
Flyer Paarweise (Gestaltung + Druck)	18%
Versammlung der Biohotels	23%
Flyer Jakobsweg	10%

Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen

Am Anfang eines Auftrages steht immer eine umfassende Auftragsklärung. Hier wird als erstes der Sinn und Zweck für das Unternehmen geklärt, gefolgt von den Werten, der Führungsstruktur und dem gewünschten Zukunftsbild.

Dies erfolgt, bevor über die involvierten Menschen und schlussendlich über die erforderlichen Maßnahmen gesprochen wird, um das alles bestmöglich zu erreichen, samt Zeitplan und Kosten. So wird sichergestellt, dass der größtmögliche Nutzen für das Unternehmen erreicht wird.

Sollte sich im Zuge dessen herausstellen, dass andere Qualifikationen erforderlich sind, gebe ich den Auftrag an befreundete Experten in diesem Gebiet weiter.

Oft folgt vor der eigentlichen Arbeit noch eine Diagnoseeinheit, wo festgestellt wird, ob die Organisation überhaupt bereit ist für den nächsten erforderlichen Schritt.

Nach einem Prozessschritt erfolgt einige Wochen danach eine Evaluierung; bei längeren Prozessen wird jede einzelne Phase evaluiert und die Ergebnisse fließen in die nächsten Schritte ein. Nach dem Beenden eines Prozesses ersuche ich um Feedback, das auf meiner Website vollständig transparent gemacht wird.

Zu meiner großen Freude hatte ich noch keine Reklamationsfälle, was an der umfangreichen Auftragsklärung liegt.

Meine offenen Workshops, wie ‚Auszeit auf dem Jakobsweg‘, sind auf meiner Website genauestens beschrieben, samt Preisen und Bedingungen.

Ich habe drei verschiedene Tagessätze, die sich an der Finanzkraft der Unternehmen orientieren.

Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung

Der rote Faden wird von mir vorgegeben und richtet sich in erster Linie nach der ausführlichen Auftragsklärung. Die einzelnen Themen bzw. Module suchen sich die Kunden selbst aus, auch wenn sie sich dessen nicht unbedingt bewusst sind.

Bei größeren Projekten wird eine Planungs- bzw. Steuerungsgruppe installiert, die mit mir gemeinsam die Inhalte der Workshops erarbeiten und über Feedbackschleifen mit der Organisation mitbestimmen.

Service-Management

Es findet nach einer vernünftigen Zeitspanne (1 – 3 Monate) eine Evaluierung statt. Auch danach bleibe ich mit dem Kunden in Kontakt, frage selbst immer wieder nach und stehe mit Rat und Tat in einem gewissen Ausmaß unentgeltlich zur Verfügung. Referenzen werden auf meiner Website veröffentlicht.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie

Ich bin Teil von Genuine Contact, einer Gruppe von holistischen Organisationsentwicklern. Es ist unser Ziel, die Methoden und Werkzeuge allen Menschen zugänglich zu machen und so zu einer besseren Welt beizutragen. Das wird besonders bei unserem jährlichen Treffen deutlich, aber auch im alltäglichen Tun.

Nicht nur gebe ich gerne alles an meine Kunden weiter, damit diese lernen, selbst ohne externe Berater auszukommen, ich gebe mein Wissen auch an KollegInnen weiter, mit denen ich kooperiere.

Ich unterrichte an der FH Salzburg und gebe mein Wissen an die Studierenden weiter.

Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme

Gemeinsam mit meiner GWÖ-Kollegin Isabella Klien biete ich ‚Paarweise‘, Beratung für Unternehmerpaare an. Dort wickeln wir grundsätzlich alle Aufträge zu zweit ab, was sich bewährt hat. Auch außerhalb von Paarweise kooperieren wir gerne miteinander.

Außerdem arbeite ich verstärkt mit meiner Kollegin Angela Büche im Bereich Tourismus zusammen; durch unser gemeinsames Auftreten decken wir einen größeren Bereich aus Sicht der Kunden ab, was uns beiden zu gute kommt.

Kooperatives Marketing

1. Paarweise: wie schon oben beschrieben, kooperiere ich mit meiner GWÖ-Kollegin Isabella Klien. Wir bieten Beratung für Unternehmerpaare an, siehe www.paarweise.at und haben dazu eine eigene Website, eigene Flyer, Visitenkarten etc. entwickelt.
2. Erfolg-im-Tourismus: mit meiner Kollegin Angela Büche kooperiere ich innerhalb der Zielgruppe Tourismus und biete ganzheitliche Beratung im Tourismus an, siehe www.erfolg-im-tourismus.at; wir haben eine eigene umfangreiche Broschüre drucken lassen, wo wir unser Selbstverständnis sowie unsere Angebote beschreiben.
3. GWÖ Beraternetzwerk Salzburg: innerhalb des Energiefeldes Salzburg haben sich mehrere GWÖ-Berater zusammengefunden, siehe www.salzburg.gwoe.net. Wir bieten zusammen Beratungsleistungen bzgl. der Gemeinwohlökonomie im Bundesland Salzburg an.

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Meine komplettes berufliches Wirken zielt auf Nachhaltigkeit ab, im Gegensatz zu kurzfristig wirksamen Massnahmen, wie Trainings oder Seminare, die ausschließlich Wissen und/oder Fähigkeiten vermitteln.

Es geht immer um Bewusstseinsbildung und um eine Änderung des Verhaltens der involvierten Menschen in Richtung MITEINANDER in Bezug auf die Menschen und auf die Umwelt/ganze Welt.

Bei Genuine Contact (Holistische Organisationsentwicklung) steht am Anfang einer Entscheidung immer die Frage nach dem Sinn. Dabei ist gemeint, ob ein Beitrag zum übergeordneten System (der Dorfgemeinschaft, der Gesellschaft oder der ganzen Welt je nachdem) geleistet wird.

Da dieser Frager am Beginn nachgegangen wird (vor allen anderen betrieblichen Aspekten) ist sichergestellt, dass auch ökologische Aspekte mitberücksichtigt werden.

Ein Beispiel: der Einbau einer Hackschnitzelanlage statt der alten Ölheizung ist für eine Firma mit Sicherheit ein Beitrag zur Gesellschaft allgemein. Werden noch andere Haushalte im Dorf miteinbezogen, dann sogar zur dörflichen Gesellschaft vor Ort.

Auch wenn diese Investition keinen direkten Nutzen für die Kunden der Firma bringt, ist sie grundsätzlich zu begrüßen, ganz abgesehen von der langfristigen Kosteneinsparung.

Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen

Folgende Aspekte erscheinen mir bei meinen Beratungsleistungen relevant:

- Mobilitätsverhalten meiner Kunden
- Ausstattung der Räume
- Ressourcenverbrauch bzgl. Unterlagen

Meine Dienstleistungen finden fast immer in unmittelbarer Nähe zu den Auftragsnehmern statt. Es macht aus ökologischen Gründen mehr Sinn, wenn ich reise, als wenn die Führungsmannschaft einer Firma unterwegs ist oder gar die ganze Belegschaft.

65% meiner Workshops wurden in Biohotels abgehalten. Dort ist die Ernährung zu 100% biologisch und die Hotels sind ehc-zertifiziert, d.h. sie unternehmen Vieles, um den ökologischen Fußabdruck zu minimieren (siehe A1.2).

Die Hotels achten auf die ökologischen Auswirkungen, wie z.B. den Energieverbrauch u.v.m. Das betrifft auch die Seminarräume. Erforderliche Unterlagen werden auf Umweltpapier beidseitig ausgedruckt.

Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum

In meinen Beratungen wird ein hoher Aufwand dafür verwendet herauszufinden, was in Bezug auf den Gesamtprozess der optimale nächste Schritt ist.

Dafür sind Feedbackschleifen und Diagnoseeinheiten vorgesehen, immer, um unnötigen Aufwand von Zeit und Geld zu vermeiden, was letztlich zu Demotivation und Frust führen würde.

Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber

Nachdem in der holistischen OE immer der Sinn und Zweck in Bezug auf das große Ganze (den Planeten o.ä.) im Vordergrund steht, werden ökologisch-nachhaltige Aspekte im Laufe meiner Arbeit mit den Kunden automatisch thematisiert.

Auch auf meinen Webseiten und Broschüren sowie in meinem Newsletter steht die Nachhaltigkeit sowie ökologische Aspekte im Vordergrund.

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen

Ich biete Organisationen, die über geringe finanzielle Mittel verfügen, einen reduzierten Tagessatz an. Bei Liquiditätsproblemen gewähre ich großzügige Zahlungsfristen.

Bei ‚Paarweise‘ war bei mehreren Workshops ein Rollstuhlfahrer mit dabei – kein Problem und gut machbar.

Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt

Es gibt keine Bevorzugung von Konzernen gegenüber kleinen Unternehmen. Ganz im Gegenteil bevorzuge ich Kunden, die ökologisch arbeiten und kooperiere mit Unternehmen, die meine Gesinnung teilen (GWÖ und Grüne Wirtschaft).

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette

Ich bin Koordinator der österr. Berater der GWÖ und setze mich in dieser Funktion aktiv für ein besseres Miteinander und eine gute Kooperation der GWÖ Berater ein. Außerdem bin ich Teil des Salzburger Berater-Netzwerkes der GWÖ und kooperiere mit mehreren anderen Kollegen.

Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards

Ich bin Mitglied der Landesleitung der Grünen Wirtschaft und Abgeordneter zum Salzburger Wirtschaftsparlament. Wir sind die Organisation der grünen UnternehmerInnen und Selbstständigen innerhalb der Wirtschaftskammer.

Wir verstehen unser Wirtschaften sowohl im globalen Kontext als auch in der lokalen Verankerung und handeln fair, mit Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft. Ökologie, Fairness, Selbstbestimmung, Gewaltfreiheit, Feminismus und Diversität sind Grundprinzipien der Politik der Grünen Wirtschaft und Leitgedanke für unser wirtschaftliches Handeln in unseren Betrieben. All das bringen wir in die WKO ein, insbesondere im Rahmen von Sitzungen des Salzburger Wirtschaftsparlaments.

Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe

Durch mein Wirken in der Grünen Wirtschaft ist eine große Reichweite und inhaltliche Breite gegeben.

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen

Top 5 angebotene Produkte/ Dienstleistungen	Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist es lebensnotwendig? (Dient es dem einfachen Leben, einem guten Leben, oder ist es Luxus?)	Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde	Negative mögliche/ tatsächliche Folgewirkung des P/D
Holistische Organisationsentwicklung	Beteiligung und Weiterentwicklung einer Gemeinschaft ist nicht unbedingt überlebensnotwendig. Allerdings eine Voraussetzung für ein gutes Leben für alle.	Durch OE wird das Zusammenleben konfliktfreier und wertschätzender. Es wird das Gemeinsame gefördert, anstatt das Trennende zu sehen.	keine
Coaching	Deckt den Grundbedarf nach einer guten und selbstbestimmten Lebensführung ab.	Selbstreflexion und Selbsterkenntnis führen zu besserem Verständnis und besserer Kommunikation.	keine

Meine Dienstleistungen erfüllen das Bedürfnis nach einer selbst bestimmten Lebensführung einerseits und einem guten In-Beziehung-Sein zu einer Gemeinschaft andererseits (Coaching + Jakobsweg).

Meine Tätigkeit in Teams und Organisationen ist darauf ausgerichtet, das Miteinander in Gemeinschaften zu fördern und so die Grundlage für ‚gesunde‘ und zufriedene MitarbeiterInnen und UnternehmerInnen zu legen und andererseits ein Unternehmen/eine Organisation fit für die Zukunft zu machen.

Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen

Hinsichtlich sozialer Aspekte bin ich überzeugt, dass meine Tätigkeit hochgradig sozial angesehen werden kann, siehe D3 – mir geht es um mehr MITEINANDER – ich könnte auch sagen, um mehr sozialen Zusammenhalt.

Auch was die Ökologie betrifft, ist mein Wirken über dem Branchendurchschnitt, siehe D3.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Leistungen

Ich schätze, dass mein unentgeltlicher Einsatz für das Gemeinwesen sicherlich 5 h pro Woche beträgt, das ist vor allem mein Engagement für die GWÖ und die Grüne Wirtschaft.

Wirkungen

Ich bin davon überzeugt, dass meine Tätigkeit sowohl in der GWÖ als auch in der Grünen Wirtschaft eine hohe Wirksamkeit hat, auch wenn die Messbarkeit schwierig ist.

GWÖ Salzburg: wir – die Regionalgruppe Salzburg - haben das Energiefeld wieder zum Leben erweckt und treten durch eine Vielzahl von Maßnahmen in der Öffentlichkeit für die GWÖ ein.

Grüne Wirtschaft: wir merken, dass die Wirtschaftskammer nicht mehr umhin kann, sich mit Themen wie Klimawandel, Postwachstums-Ökologie oder mit Mobilität der Zukunft auseinander zu setzen. Das erfüllt uns mit Freude, auch wenn noch ein weiter Weg vor uns liegt.

Intensität

Sowohl in der GWÖ als auch in der GW bin ich seit etwa drei Jahren aktiv. Sämtliche Maßnahmen sind gut verankert; es gibt eine Vision und eine Strategie dafür.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Kennzahlen: Auflistung aller Emissionen/ möglichen negativen ökologischen Auswirkungen

Dienstreisen

	Kilometer	CO ₂ in kg
Flugreisen	20560	8196
Bahnreisen	13300	865
Autoreisen einzeln/alleine	7115	890
Autoreisen Carsharing	620	39
Fahrrad/zu Fuß	viele	0
gesamt		9990

Berechnung: http://www.wissen-info.de/rechner/co2_ausstoss.php

Durch meine vielen Flugkilometer und dem damit verbundenen CO₂-Ausstoß bin ich im Bereich Mobilität absolut nicht gemeinwohlorientiert.

Ich habe vor, das mittelfristig zu ändern.

Relative Auswirkungen

Auch wenn es keine Vergleichsdaten gib denke ich, dass ich bzgl. der ökologischen Auswirkungen meiner Flüge meines achtens schlechter als meine Branchenkollegen liege.

Management und Strategie

Ich konzentriere mich darauf, meine Flugreisen zu reduzieren, was machbar, aber nicht einfach ist. Konkret bedeutet das, für jeden einzelnen Flug eine Alternative zu prüfen und einzuplanen als ersten Schritt.

Danach folgt darüber hinaus der zweite Schritt: Hinterfragen meiner Zielgruppe aus geographischer Sicht bzw. zu verändern.

E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

Trifft für mich als EPU nicht zu

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Transparenz

Das ist mein erster GWÖ-Bericht, der auf meiner Homepage veröffentlicht wird, so schnell wie möglich. Bis dahin sind auf meiner Website alle wesentlichen Infos über mich und meine Arbeitsweise samt Referenzen ersichtlich.

Mitbestimmung

Nicht relevant für mich und meine Geschäftsfelder, da sich meine Tätigkeit nicht nachteilig, in welcher Form auch immer, auf Menschen in meiner Umgebung auswirkt.

AUSBLICK

KURZFRISTIGE ZIELE

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

- Veränderung meiner Mobilität in Richtung Reduzierung meiner Flugreisen
- Einkauf der benötigten Büromaterialien nach ökologischen Gesichtspunkten
- Bücher-Kauf beim regionalen Buchhändler

LANGFRISTIGE ZIELE

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

- kompletter Verzicht auf Flugreisen soweit irgend möglich

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?

Ich habe den Bericht alleine geschrieben und bin dankbar für die Inspiration und Ermutigung meiner Salzburger GWÖ-Kollegen.

Über welchen Zeitraum wurde er erstellt? März – September 2015

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet? Etwa 40

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert? Der Bericht ist auf meiner Website www.armin-schmelzle.at veröffentlicht.

Datum: 20. September 2015
