

# GEMEINWOHL-BERICHT

## KOMPAKT-VERSION

Lebarte.eu

LEBARTE®

*Lebensartexklusiv*

Mühleitorplatz 4  
6800 Feldkirch  
Österreich

Erholte Menschen sind glücklicher und friedlicher.  
Naturheilpraxis, Bettenstudio, Tischlerei

## DAS UNTERNEHMEN

- Firma: LEBARTE Johannes Falch Einzelunternehmen
- Adresse: Mühleitorplatz 4
- Region/Land/Staat: 6800 Feldkirch Österreich
- Homepage: [www.lebarte.eu](http://www.lebarte.eu)
- Anzahl Mitarbeiter\*innen: 1 Angestellte 2 über FAB in Ausbildung
- Bilanzsumme im Schnitt: 107 k€
- Durchschnittliche Investitionshöhe pro Jahr: 30.000,-
- Tochtergesellschaften/ verbunden Unternehmen:  
Bettenstudio Tischlerei Naturheilpraxis
- Berichtszeitraum: **2016 bis 2017**

## TÄTIGKEITSBERICHT

LEBARTE ist ein Unternehmen, welches sich mit dem Wohlbefinden der Menschen auseinandersetzt und hierzu entsprechende Produkte anbietet. Das Hauptaugenmerk ist dabei auf die Erholung im Schlaf gerichtet. Es ist erwiesen, dass sich im Schlaf Billionen Zellen regenerieren deshalb sehen wir dies als sehr wichtigen und effizienten Bereich an um sich gesund und fit zu halten.

Unser Konzept beginnt bei den wichtigsten 2m<sup>2</sup> dem Bett. Ein natürliches und ergonomisches Bettsystem bietet die Grundlage für die optimale Entspannung. Naturlatexmatratzen und Massivholzroste sind dafür besonders geeignet. Es entstehen hier im Weiteren keine statischen Ladungen.

Der nächste Bereich sind die Möbel. Unsere Empfehlung sind unbehandelte oder mit heilkräuterwachs behandelte Massivholzmöbel. Deren Form soll gefallen und ruhig, entspannend wirken. metallfreie Konstruktionen sind zu bevorzugen, da diese keine elektrischen Ladungen aufbauen. Schlichte klare Formen und gerundete kanten wirken angenehm.

Als weiteren Bereich gilt es den Raum zu gestalten. Der Schlafraum ist der wichtigste Raum im Haus. Die Raumgestaltung gliedert sich in Wand, Boden und Decke, wobei hier unterschiedliche Materialien energetisch und optisch zusammenspielen bez. harmonisierend aufeinander einwirken müssen. Wir verwenden daher möglichst nur

natürliche Stoffe wie z.B. Parkett, Stoffe und Teppiche aus Naturmaterial, Lehm, Sumpfkalk oder Holz.

Eine Ausnahme hier bilden Gewebe welche zur Abschirmung oder Harmonisierung von Wasseradern Elektromog und sonstigen Störfeldern zum Einsatz kommen. Dies entscheidet sich immer nach einer vorangegangenen Messung.

Zum gesunden erholsamen Schlaf gesellen sich auch noch weitere Komponenten, die meist unbeachtet bleiben. Eine einzige der Drei tritt gelegentlich zu Tage und führt in manchen Fällen dazu, dass Ehepartner das Zimmer verlassen. Es handelt sich hier um den Schall. Schlafräume sollten möglichst ruhig sein. Vor allem kein Lärm von außen und keine plötzlichen unerwarteten Geräusche. Diese führen zu Schrecksituationen und können den richtigen tiefen Schlaf beeinträchtigen.

Der zweite der Dreien ist die Luft. Studien haben gezeigt, dass die gesunde Raumluft in den üblichen Schlafzimmern in ca. 2,5 Stunden verbraucht ist. hier ist eine entsprechende Be- und Entlüftung sehr wichtig, da die optimale Zellregeneration auch vom Sauerstoffgehalt abhängt. Auch die richtige Luftfeuchtigkeit trägt zum erholsamen Schlaf bei.

Der Dritte der Dreien ist die Dunkelheit. Mit der Dunkelheit wird der Melatonin Haushalt geregelt. Dieser ist wichtig für die Tiefschlafphasen und hier wiederum findet die beste Regeneration statt. Eine gute Planung beachtet daher das Licht und alle reflektierenden Gegenstände im Raum.

Mit diesen Punkten sind wir nun am Ende der Möglichkeiten vom Bettenstudio und der Tischlerei angelangt. Der gesunde Schlaf fordert jedoch noch weitere Anteilnahme. Damit wir unser Ziel erreichen und Ihnen den Besten Schlaf liefern können, benötigen wir die Naturheilpraxis. Jetzt geht es in die Tiefe, in die verborgenen Seiten des Menschen, in die Knochen, Organe und die Psyche. in der LEBARTE Naturheilpraxis befassen wir uns schon seit 25 Jahren mit diesen Themen. Durch alternativmedizinische Behandlungen werden Blockaden gelöst und dadurch muskuläre Verspannungen beseitigt. Dies wirkt sich schmerzlindernd auf die wohl häufigste Problematik aus, den Gelenk- und Rückenschmerzen. Selbstverständlich werden auch andere Themen und Krankheitssymptome analysiert und mit alternativen mitteln behandelt. Diese Mittel sind oft einfach und sehr kostengünstig, z.B. Ernährungsumstellung, bestimmte Bewegungen, ein paar Kräuter oder eben das freilegen von Energiebahnen.

Mit unserer Philosophie leisten wir einen Beitrag zum allgemeinen Wohlbefinden und es ist schön auf die vielen Erfolge der letzten 30 Jahre zurückblicken zu können.

Johannes und Inge Falch mit dem LEBARTE Team

Produkte & Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Naturheilpraxis	10%
Tischlerei	20%
Bettenstudio	70%

## DAS UNTERNEHMEN UND DAS GEMEINWOHL

Nach der letzten GWÖ Bilanz 2014 haben wir verstärkt daran gearbeitet wie wir die GWÖ noch besser umsetzen können. Ein Teil davon befasst sich mit der Gewinnung neuer gemeinwohlintereszierter Kunden. Hier setzen wir auf eine Umstrukturierung unserer Werbeausgaben. Geplant ist dass wir den Kunden als Werbeträger für unsere Gemeinwohllaktivität motivieren und Ihn mit Einkaufsrabatten belohnen, anstatt das Werbebudget im üblichen Sinne zu verwenden und in Zeitungen und Inserate zu investieren.

Als Ansprechperson für die GWÖ zeichnet Johannes Falch zuständig für das Bettenstudio und die Tischlerei. Meine Frau Inge Falch erfahrene Diplomkrankenschwester und alternative therapeutische Gesundheitsschwester ist für die Naturheilpraxis zuständig. Unsere Mitarbeiter sind in der Tischlerei oder im Bettenstudio tätig.

Wir sind Mitglied der Regionalgruppe Vorarlberg und haben das Hauptgeschäft in Feldkirch. Die Stadt Feldkirch ist bezüglich 2000Watt Gemeinde sehr aktiv, was GWÖ anlangt gäbe es sicher noch einige Möglichkeiten für die Umsetzung.

Die Bilanzierung erfolgt im Zuge einer Workshop Reihe mit Gebhard Moser und Günter Lenz, Heinz Studer welche uns dabei tatkräftig unterstützen.

## Inhaltsverzeichnis

Das Unternehmen.....	2
Tätigkeitsbericht.....	2
Das Unternehmen und das Gemeinwohl.....	4
TESTAT.....	1
A - Lieferant*innen.....	2
A1 - Menschenwürde in der Zulieferkette.....	2
A1 - Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette.....	2
A2 - Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	3
A2 - Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen.....	4
A3 - Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette.....	4
A3 - Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	5
A4 - Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	5
B - Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen.....	6
B1 - Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	6
B2 - Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	6
B2 - Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln.....	7
B3 - Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	8
B3 - Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	8
B4 - Eigentum und Mitentscheidung.....	9
B4 - Negativaspekt: feindliche Übernahme.....	9
C - Mitarbeitende.....	10
C1 - Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	10
C1 - Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.....	11
C2 - Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	11
C2 - Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	12
C3 - Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden.....	12
C3 - Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens.....	13
C4 - Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	14
C4 - Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	14
D - Kund*innen und Mitunternehmen.....	15
D1 - Ethische Kundenbeziehung.....	15

---

D1 - Negativaspekt: Unethische Werbemaßnahmen.....	16
D2 - Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	16
D2 - Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	18
D3 - Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.....	18
D4 - Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz.....	19
D4 - Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....	19
E - Gesellschaftliches Umfeld.....	20
E1 - Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	20
E1 - Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	21
E2 - Beitrag zum Gemeinwesen.....	21
E2 - Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung.....	22
E2 - Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention.....	22
E3 - Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	23
E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen.....	24
E4 - Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	25
E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	25

# TESTAT

**TESTAT:  
PEER-EVALUIERUNG**

**KOMPAKT**

Gemeinwohl-Bilanz

2016-2017

für:

LEBARTE, Johannes Falch

WEIT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Lieferkette <span style="float: right;">30 %</span>	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette <span style="float: right;">10 %</span>	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette <span style="float: right;">80 %</span>	<b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette <span style="float: right;">30 %</span>
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	<b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln <span style="float: right;">70 %</span>	<b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln <span style="float: right;">80 %</span>	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung <span style="float: right;">10 %</span>	<b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung <span style="float: right;">10 %</span>
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz <span style="float: right;">50 %</span>	<b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge <span style="float: right;">70 %</span>	<b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden <span style="float: right;">90 %</span>	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz <span style="float: right;">80 %</span>
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1</b> Ethische Kund*innenbeziehungen <span style="float: right;">80 %</span>	<b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern <span style="float: right;">50 %</span>	<b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen <span style="float: right;">70 %</span>	<b>D4</b> Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz <span style="float: right;">80 %</span>
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen <span style="float: right;">80 %</span>	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen <span style="float: right;">30 %</span>	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen <span style="float: right;">20 %</span>	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung <span style="float: right;">40 %</span>

Testat gültig bis:

04/2020

**BILANZSUMME**

549

# A - LIEFERANT\*INNEN

## A1 - MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

### Einleitung

Unser größter Zulieferer, die Firma Sigl ist, soweit ich aus Mitarbeitergesprächen entnehmen konnte, ein sehr mitarbeiterfreundliches Unternehmen. Sie beschäftigen auch Menschen mit leichten Beeinträchtigungen. Der gesamte Umgang mit den Mitmenschen erscheint mir hier sehr rücksichtsvoll.

### Grundsätzliche Überlegungen

Die zugekauften Produkte sind vorwiegend Matratzen, Betteinsätze, Kissen, Decken, Auflagen und Massivholzmöbel

Die Kriterien sind in erster Linie die Qualität, Verfügbarkeit und der Preis. Dadurch dass so gut wie alles österreichische Ware ist, kann man von der Einhaltung der sozialen Standards ausgehen. Bei den Firmentreffen und Veranstaltungen der Lieferanten wird von uns immer wieder nachgefragt um sich ein Bild machen zu können. Es wurde auf Eigeninitiative der Betrieb besichtigt und mit verschiedenen Mitarbeiter Gespräche geführt. Daraus ergab sich das Bild einer Zufriedenen Belegschaft die auch mit den beeinträchtigten Mitarbeitern ein harmonisches Zusammenarbeiten haben.

Ein weiteres Gütezeichen sind die Zertifikate, Fair Trade; Bio, Öko, welche unsere Lieferanten teilweise vorweisen können.

### Kennzahlen

Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Umsatz	50%
Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden	97%

### Analyse und Bewertung

Unser derzeitiger Stand ist sehr gut, dennoch sind wir bestrebt bei der Erweiterung der Lieferanten mehr auf regional und biologisch zu setzen, sowie den ökologischen Aspekt zu erweitern.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld A1</b>	<b>3</b>
--	----------

## A1 - NEGATIVASPEKT: VERLETZUNG DER MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE



**Grundsätzliche Überlegung**

Bei den von mir besichtigten Betrieben konnte ich keine Menschenrechtsverletzungen feststellen.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld A1 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

**A2 - SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE**

**Einleitung**

Unser direkter und indirekter Einfluss in der Zulieferkette auf die Gestaltung eines fairen und solidarischen Umgangs der Beteiligten miteinander reicht bis zum direkten Lieferanten, da unser Umsatz zu klein ist um weiteren Einfluss geltend machen zu können.

**Grundsätzliche Überlegungen**

Durch Gespräche und das Ersuchen, dass die Lieferanten selbst eine GWÖ Bilanz erstellen, versuchen wir das Bewusstsein in der Zulieferkette anzuheben. Bei den Hauptlieferanten sind keine Möglichkeit der Sanktionen vorhanden, außer dem Wechsel zu einem neuen Lieferanten, den es aber erst geben muß. Glücklicher Weise ist das im Moment nicht notwendig.

**Kennzahlen**

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt	50%
Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden	30%

**Analyse und Bewertung**

*Aufgrund unserer Produktpalette ist es fast selbstverständlich, dass die Hersteller mit dem Grundgedanken der Solidarität an Ihr Werk gehen.*

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld A2</b>	<b>1</b>
--	----------

## A2 - Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen

### Grundsätzliche Überlegung

Nach meinem Wissensstand wird die Markenmacht nicht ausgenutzt, da die Lieferanten keine so großen Marken sind.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld A2 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## A3 - ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

### Einleitung

Die größte Umweltproblematik stellt sicher der Transport dar. Bei der Produktion im EU Raum sind die Standards bereits im gehobenen Bereich. So sorgt eine gute und ausgewogene Forstwirtschaft für die ökologisch verträgliche Ausholzung. Allerdings ließe sich bei den einzelnen Herstellern die Nachhaltigkeit im Bereich Energieverbrauch verbessern, z.B. durch den Einsatz von Photovoltaik, Hackschnitzelheizungen, thermische Solaranlagen.

### Grundsätzliche Überlegungen

Wie versuchen die Produkte nach ökologischen und sozialen und qualitativen Kriterien auszuwählen. Der Preis spielt oft eine zweite Rolle.

Die ökologischen Risiken sind bei unseren Produkten kein Thema. Die Produkte sind Risikolos zu transportieren und zu verarbeiten. Bei Baumwolle achten wir auf Bio oder Fair Trade. Auch der regionale Aspekt spielt eine wesentliche Rolle.

### Kennzahlen

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind	80%
--	-----

### Analyse und Bewertung

*Trotz unseres hohen Standards sind wir weiterhin bemüht die Produktpalette im Sinne der Gemeinwohlökonomischen Kriterien zu verbessern.*

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld A3</b>	<b>8</b>
--	----------

### A3 - Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

#### Grundsätzliche Überlegung

Soweit ich Einblick habe, sind keine umweltschädlichen Auswirkungen bekannt, die über das normale Maß hinausgingen.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld A3 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

### A4 - TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE

#### Einleitung

Wir sind zu klein um hier viel bewirken zu können, dennoch ist es uns gelungen gesundheitlich relevante Änderung durchzusetzen. So ist es uns gelungen im Gesundheitlichen Bereich einzuwirken, damit die Silberfäden aus den Matratzen entfernt wurden.

#### Grundsätzliche Überlegungen

Durch Gespräche und nachfragen versuchen wir die wichtigsten Infos zu bekommen, welche nicht in den Zertifikaten stehen. So können wir bei Abweichungen auf eventuelle Missstände hinweisen. z.B. Einwände und Reklamationen direkt vor Ort mit dem Produzenten besprechen und beheben.

#### Kennzahlen

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt	30%
Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.	30%

#### Analyse und Bewertung

*Bevor wir einen Lieferanten bei uns aufnehmen machen wir Testkäufe und analysieren das Unternehmen. Dann wir über die Gemeinwohlbilanz gesprochen und je nach Dringlichkeit und Ausweichmöglichkeit wird dann die Entscheidung getroffen.*

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld A4</b>	<b>3</b>
--	----------

## B - EIGENTÜMER\*INNEN UND FINANZPARTNER\*INNEN

### B1 - ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

#### Einleitung

Geld ist Mittel zum Zweck und dennoch bestimmt das Geld das wirtschaftliche Handeln. Das Geld des Kunden entscheidet was er sich leisten kann. Durch betriebliche Planung sowie Umsatzsteigerung, und gegebenenfalls sparsamen Lebensstil sorgen wir für immer ausreichend Eigenmittel.

#### Grundsätzliche Überlegungen

Umsatz steigern, sozial und gesund wachsen, das ist unser Plan. Wir achten daher auf eine solide Eigenmittelbasis.

#### Kennzahlen

*Fügen Sie hier die Ergebnisse der mit Hilfe der Excel-Tabellen durchgeführten Analyse ein.*

Anteil Eigenkapital	90%
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	Nicht bekannt
Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart	10%

#### Analyse und Bewertung

*Wir versuchen möglichst mit einer sehr hohen Eigenkapitalquote zu arbeiten, um Abhängigkeit zu vermeiden.*

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld B1</b>	<b>7</b>
--	----------

### B2 - SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

#### Einleitung

Mit unseren Ausgaben werden vorwiegend österreichische Arbeitsplätze unterstützt. Die Steuern verbleiben im Lande.

#### Grundsätzliche Überlegungen

Für die notwendigen Zukunftsinvestitionen stehen konkrete Kreditzusagen der lokalen Banken zur Verfügung.

### Kennzahlen

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	2000,-
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	66.000,-
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	30.000,-
Anlagenzugänge	15.000,-
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	0.-
Auszuschüttende Kapitalerträge	0.-

### Analyse und Bewertung

Wir versuchen mit unserer Strategie einen nachhaltigen Unternehmensbestand sicher zu stellen.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld B2</b>	<b>8</b>
--	----------

## B2 - NEGATIVASPEKT: UNFAIRE VERTEILUNG VON GELDMITTELN

### Grundsätzliche Überlegung

Wir stehen zu einer fairen Geldverteilung, da jeder gerne arbeitet, wenn er auch etwas verdient. Es ist daher wichtig den Mitarbeitern die Firmenpolitik zu erklären, damit sie verstehen warum es gerade diesen Monatslohn gibt. Gerne beteiligen wir die Mitarbeiter an unserem Gewinn in Form von Einkaufsrabatten.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld B2 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## B3 - SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG

### Einleitung

Wir schauen dass die Veranlagungen nach ökologischen Kriterien erfolgen.

### Grundsätzliche Überlegungen

In Planung ist der Ausbau einer GWÖ- Produktpalette, welche die Erweiterung von gwö Lieferanten mit sich bringt und daher den größtmöglichen Nutzen für unser Umfeld stiftet. Es werden ca. 100.000,- Euro benötigt.

Es werden verschiedene kleinere soziale Projekte mittels Mitgliedsbeiträgen unterstützt. z.B. Arch Noah oder Talente Tauschkreis, ansonsten versuchen wir diesen Aspekt in unserem Unternehmen einzubinden, so das ökologisch und sozial tätige Vereine bei uns eine Anlaufstelle haben.

### Kennzahlen

*Fügen Sie hier die Ergebnisse der mit Hilfe der Excel-Tabellen durchgeführten Analyse ein.*

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	40.000,-
Realisierung der ökologischen Investitionen	1%
Finanzierte Projekte	1.000,-
Fonds-Veranlagungen	0

### Analyse und Bewertung

Durch die Software siehe in B3\_Ind ist es uns möglich die herkömmliche Werbestrategie auf eine sozialere Ebene zu verlagern. Siehe dazu Einleitungstext.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld B3</b>
--

<b>1</b>
----------

## B3 - NEGATIVASPEKT: ABHÄNGIGKEIT VON ÖKOLOGISCH BEDENKLICHEN RESSOURCEN

### Grundsätzliche Überlegung

Wir verwenden keine ökologisch bedenklichen Ressourcen, außer die geringen Anteile welche bereits in den Produkten zugeliefert werden. Es ist uns nicht möglich bis ins kleinste Detail auf unsere Zulieferer Einfluss zu nehmen.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld B3 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## B4 - EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG

### Einleitung

Wir ziehen alle an einem Strang.

### Grundsätzliche Überlegungen

Eigentümer Johannes Falch, haftet und entscheidet. Die beiden Mitarbeiter (2 Vollzeitäquivalente) sind herzlich willkommen für den Dialog und dürfen mitreden um eine gute Entscheidung zu treffen.

### Kennzahlen

Einzelunternehmern Haftung und Vermögen liegt ausschließlich beim Unternehmer.

### Analyse und Bewertung

Es ist im Moment nicht angedacht ein Beteiligungsmodell einzuführen.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld B4</b>	<b>1</b>
--	----------

## B4 - NEGATIVASPEKT: FEINDLICHE ÜBERNAHME

### Grundsätzliche Überlegung

Das Unternehmen wurde von Johannes Falch gegründet.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld B4 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## C - MITARBEITENDE

### C1 - MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

#### Einleitung

Bei uns ist es wichtig dass sich die Mitarbeiter verwirklichen können. Dies soll auch im privaten Bereich möglich sein, daher gibt es flexible Arbeitsmöglichkeiten.

#### Grundsätzliche Überlegungen

In unserem Unternehmen ist jeder Willkommen es arbeiten bei uns verschiedene Nationalitäten, Frauen und Männer und jeder kann gerne seine Meinung äußern. Als gesundheitliches Schmankerl können Sie die Naturheilpraxis benutzen und erhalten bei schmerzen eine Behandlung gratis. Es werden zwar alle gleich behandelt, vielleicht wäre aber ein Ehrencodex und eine Hausordnung zu überlegen.

#### Kennzahlen

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	3 Jahre
Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene	20 bis 30 Std
Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen	8%
Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle	0
In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden	10 Std
Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten	0

#### Analyse und Bewertung

*Bei uns werden die Mitarbeiter in Richtung Eigenverantwortung und Selbstständigkeit ausgebildet.*

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld C1</b>	<b>5</b>
--	----------



## C1 - NEGATIVASPEKT: MENSCHENUNWÜRDIGE ARBEITSBEDINGUNGEN

Diese werden von uns nicht unterstützt.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld C1 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## C2 - AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

### Einleitung

Unsere Arbeitsverträge sind an individuelle Bedürfnisse angepasst und gleichzeitig solidarisch und gerecht gestaltet.

### Grundsätzliche Überlegungen

Der derzeitige Grundlohn beträgt 1500 brutto und kann leider oft nicht überschritten werden. Hier ist die Politik gefragt die Lohnnebenkosten zu senken und GWÖ Unternehmen zu entlasten. Es bliebe dann mehr für Lohnzahlungen übrig. Bei uns gibt es daher folgende Vorteile: Die Arbeitszeiten sind teilweise durch die Öffnungszeiten geregelt. Hier ist das Einspringen von Anderen um frei zu haben ein wichtiges Entgegenkommen. Es werden keine Überstunden gemacht es gibt gleitende Arbeitszeiten.

Freistellung für Vereinstätigkeit während der Arbeitszeit. Private Nutzung von Arbeitsmaterial  
Termine in der Praxis, flexible Arbeitszeiten.

### Kennzahlen

Höchst- und Mindestverdienst	1,7
Medianverdienst	2837€
Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)	1500
Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)	32h/Woche
Tatsächlich geleistete Überstunden	10h

**Analyse und Bewertung**

Im Vergleich zu anderen Betrieben in dieser Branche liegen wir mit unserer Lohnzahlung im Durchschnitt, die Mitarbeiter haben jedoch überdurchschnittlich viele Möglichkeiten ihre Arbeitszeit mitzugestalten und Urlaubswünsche einzubringen.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld C2</b>	<b>7</b>
--	----------

**C2 - NEGATIVASPEKT: UNGERECHTE AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE**

**Grundsätzliche Überlegung**

Gibt es bei uns nicht.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld C2 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

**C3 - ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN**

**Einleitung**

Um den ökologischen Gedanken täglich zu leben bieten wir folgendes an.

**Grundsätzliche Überlegungen**

Basenwasser, Teeküche, Obst; Schulungen dazu um Bewusstsein zu schaffen.

Alle Mitarbeiter/innen erhalten von uns eine Jahreskarte für die öffentlichen Verkehrsnetze., und kommen daher zu 99% mit Bus und Bahn zur Arbeit. Diese Karte können sie natürlich auch in der Freizeit benutzen und so ganz Vorarlberg bereisen.

**Kennzahlen**

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	70%
Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß	50%
Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden	100%

**Analyse und Bewertung**

Wenn Mitarbeiter bei uns tätig sind, ist es uns immer gelungen dies in den ökologischen und gesundheitlichen Bereichen weiter zu bilden. Meist geschieht dies durch Gespräche und kleine Aktionen zwischendurch.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld C3</b>	<b>9</b>
--	----------

### C3 - NEGATIVASPEKT: ANLEITUNG ZUR VERSCHWENDUNG / DULDUNG UNÖKOLOGISCHEN VERHALTENS

#### **Grundsätzliche Überlegung**

Gibt es bei uns nicht.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld C3 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## C4 - INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

### Einleitung

Die gelebte Transparenz in unserem Unternehmen fördert das Verständnis und den Zusammenhalt.

### Grundsätzliche Überlegungen

Mitarbeiter wissen über die Preise und Kosten Bescheid. Details können je nach Person mehr oder weniger besprochen werden. Für die Zielsetzung werden die Betriebsdaten aufbereitet, so dass diese entsprechend verständlich sind. Der Chef persönlich nimmt die Rückmeldungen an. Im Wesentlichen können die Mitarbeiter bei der Gestaltung, der Preisgestaltung und bei der Produkt sowie der MitarbeiterEinstellung ihre Meinung einbringen.

Es wurden bisher nur gute Erfahrungen gemacht, da die Mitarbeiter sich dazugehörig fühlen.

### Kennzahlen

Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten	80%
Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden	nicht relevant, da <10MA
Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden	90%

### Analyse und Bewertung

Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass es für Mitarbeiter nicht unbedingt wichtig ist endgültige Entscheidungen zu treffen. Da Ihnen bewusst ist, wer das Risiko trägt, ist für sie eine Mitentscheidung oder das Einbringen ihrer Ideen ausreichend.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld C4</b>	<b>8</b>
--	----------

## C4 - NEGATIVASPEKT: VERHINDERUNG DES BETRIEBSRATES

### Grundsätzliche Überlegung

Ein Betriebsrat ist bei unserer Größe gesetzlich nicht erforderlich. Unsere Entscheidungen stützen sich auf eine hohe MitarbeiterEinbindung.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld C4 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## D - KUND\*INNEN UND MITUNTERNEHMEN

### D1 - ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

#### Einleitung

Es ist unser Ziel mit den Kunden auf Augenhöhe eine langjährige Geschäftsbeziehung einzugehen. Dazu bedarf es einer ehrlichen Beratung, und wohlwollenden Gedanken. Für dies steht LEBARTE denn nur so ist es möglich die Anliegen unserer Kunden zu erfüllen.

#### Grundsätzliche Überlegungen

Bisher sind unsere Kunden durch Messen und Empfehlungen zu uns gekommen. Wir sind aber verstärkt dabei übers Internet neue Kunden zu gewinnen.

Ein weiterer Punkt sind die Vorträge, wo der Neukunde sich auch mit bereits bestehenden Kunden unterhalten kann. Der Kunde kann so seinen Kundennutzen noch besser in Erfahrung bringen.

Unsere Produkte und Dienstleistungen sind zwar preisgünstig, jedoch für manche Kunden etwas hochpreisig. Diese Kunden können meist bei Ihrer Arbeit nicht mehr verdienen, daher haben wir für sie Einkaufsgutscheine vorbereitet, welche als Dankeschön für Weiterempfehlungen ausgegeben werden.

#### Kennzahlen

Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung:	30.000,-
Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile	Fixer Monatslohn
Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens	Ja, gemeinsame Festlegung, nicht bindend
Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird	3

#### Analyse und Bewertung

Unsere Kundenbeziehung soll sich verstärkt durch Empfehlungen erweitern, denn so kommt das Werbebudget wieder zu den aktiven Kunden in Form von Rabattgutscheinen zurück. Diese können von den Kunden gerne weiterverschenkt werden. Auch sollen die Kunden mehr in unsere Werbeaktionen eingebunden werden, sodass ein richtiges Netzwerk entsteht.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld D1</b>	<b>8</b>
--	----------

## D1 - NEGATIVASPEKT: Unethische Werbemaßnahmen

### Grundsätzliche Überlegung

Gibt es nicht, da unsere Werbemaßnahmen auch für benachteiligte Kundengruppen eine Chance bieten.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld D1 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## D2 - KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

### Einleitung

Eines unserer Ziele wäre eine Gruppe von GWÖ Unternehmen zusammenzuschließen, um gemeinsame Projekte zu verwirklichen.

Es werden auch verschiedene Maschinen gemeinsam genutzt.

### Grundsätzliche Überlegungen

Die Kooperation ist bei BNI (Business Network International) speziell. Hier werden regelmäßig Empfehlungen ausgetauscht. Eine ähnliche Variante könnte ich mir für die GWÖ vorstellen.

Die Nutzung von Maschinen könnte weiter ausgebaut werden.

### Kennzahlen

Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?	2%
--	----

Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:

Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	2%
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen	0
Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG	0

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards	0
Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)	0
Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards	1

Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen...

...anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0
...der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen...

...anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	1
...der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	1

Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen...

...anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0
...der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	3000

### Analyse und Bewertung

Durch unser spezielles Produkt ist es kaum möglich Aufträge an andere weiter zu geben. Es wird eher versucht langfristige Handelsbeziehungen aufzubauen. Dennoch wurde immer wieder mit Geldmitteln ausgeholfen.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld D2</b>	<b>5</b>
--	----------

**D2 - NEGATIVASPEKT: MISSBRAUCH DER MARKTMACHT GEGENÜBER MITUNTERNEHMEN**

**Grundsätzliche Überlegung**

Es besteht keine wesentliche Markmacht.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld D2- Negativaspekt</b>	<b>0</b>
---	----------

**D3 - ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN**

**Einleitung**

Unsere Produkte bestehen zu 80% aus ökologischen oder Biologischen Bestandteilen. Sie sind sehr langlebig und stellen daher keine nennenswerten negativen Belastungen dar. Werden diese auch noch ordnungsgemäß entsorgt, ist die Belastung für die Umwelt minimal.

**Grundsätzliche Überlegungen**

Die ökologischen Auswirkungen sind vor allem bei der Entsorgung der Altwaren, welche durch unsere neuen Produkte ersetzt werden. Wir bieten daher eine ordnungsgerechte Entsorgung an. Das Thema Nachhaltigkeit wird in unseren Kundengesprächen immer wieder erwähnt. Es spiegelt sich auch in unseren natürlichen langlebigen Produkten wieder.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld D3</b>	<b>7</b>
--	----------

***D3 - Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen***

**Grundsätzliche Überlegung**

Dies ist bei uns ausgeschlossen.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld D3 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------



## D4 - KUND\*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ

### Einleitung

Hierzu gibt es bei uns etwas Besonderes. Die Erlebnistisclerei. Hier kann der Kunde das Holz aussuchen und selbst mitarbeiten. So entstehen eine Wertschätzung und ein Bewusstsein für das Handwerk und eine besondere Beziehung zum Möbelstück.

### Grundsätzliche Überlegungen

Die Produktinformation beginnt bei der Gestaltung und endet in einem Fotoalbum als Erinnerung. Auch wenn der Kunde einfach nur einkauft, ist eine Gesamt Information über das Produkt erhältlich und auch auf unserer Homepage zu finden.

### Kennzahlen

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind.	1
Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen.	90%
Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen	90%

### Analyse und Bewertung

Die Mitwirkung der Kunden im Bereich der Produkterweiterung möchten wir verstärken, da dadurch ein breiteres Spektrum an Wissen zur Verfügung steht. So ist es möglich den Bedarf oder die Sinnhaftigkeit eines neuen Produktes vorab besser abzuklären.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld D4</b>	<b>8</b>
--	----------

## D4 - NEGATIVASPEKT: KEIN AUSWEIS VON GEFAHRENSTOFFEN

### Grundsätzliche Überlegung

Unsere Produkte enthalten keine bedenklichen Schadstoffe.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld D4 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## E - GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

### E1 - SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

#### Einleitung

Unsere Produkte sind für die Gesundheit der Menschen, ebenso die Dienstleistungen.

#### Grundsätzliche Überlegungen

Der Schlaf ist eines der wichtigsten Grundbedürfnisse des Menschen. Somit sind wir eines der wichtigsten Unternehmen. Die Behandlung von gesundheitlichen Problemen mit alternativmedizinischen Möglichkeiten ist eine wichtige Ergänzung für eine gesunde Gesellschaft.

#### Kennzahlen

Erfüllte Bedürfnisse

Deckt Grundbedürfnisse	57
Statussymbol/Luxus	43
Dient der Entwicklung der Menschen	79
der Erde/ Biosphäre	16
löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen	20
Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:	
Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen	100
Hemmender/Pseudo-Nutzen	0
Negativnutzen	0

#### Analyse und Bewertung

Der gesellschaftliche Nutzen unserer Produkte und Dienstleistungen wird mit zunehmender Stressbelastung immer wichtiger um eine tägliche Erholung zu haben.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld E1</b>	<b>8</b>
--	----------

## E1 - NEGATIVASPEKT: MENSCHENUNWÜRDIGE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld E1 - Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## E2 - BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

### Einleitung

Dadurch, dass wir die Steuern in Österreich zahlen und uns um sozial benachteiligte kümmern, stellen wir einen vollständigen Ausgleich für das Gemeinwesen her.

### Grundsätzliche Überlegungen

Wir bieten immer wieder Menschen die Möglichkeit bei uns eine Ausbildung zu machen. z.B. als Tischler, Verkäufer, oder naturheiltherapeutisch. Dies wird derzeit von einem syrischen Flüchtling genutzt, der die Tischlerausbildung und den Sprachkurs macht. Ebenso nutzt diese Möglichkeit ein einheimischer Mitarbeiter.

### Kennzahlen

Umsatz

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden (im Mittel 2016, 2017):

effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)	10.000€
lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber.	2.300€
Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten	32.000€
abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen	0€

### Analyse und Bewertung

Die Steuerbelastung ist zu hoch. Hier wäre eine steuerliches entgegenkommen für GWÖ zertifizierte Betriebe wünschenswert.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld E2</b>	<b>3</b>
--	----------

## E2 - NEGATIVASPEKT: ILLEGITIME STEUERVERMEIDUNG

### Grundsätzliche Überlegung

Um Steuern zu vermeiden sind wir zu klein.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld E2 – Negativaspekt : illegitime Steuer- vermeidung</b>	<b>0</b>
--	----------

## E2 - NEGATIVASPEKT: MANGELNDE KORRUPTIONSPRÄVENTION

Für Korruption gibt es keine Möglichkeiten.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld E2 – Negativaspekt : mangelnde Korruptionsprävention</b>	<b>0</b>
--	----------

## E3 - REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

### Einleitung

Aufgrund der in der Bilanz ausgewiesenen Zahlen kann die entsprechende ökologische Auswirkung eingestuft werden.

### Grundsätzliche Überlegungen

In Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse wie überall eine negative Auswirkung. Eines unserer Hauptprobleme ist der Transport bez. Benzinverbrauch.

### Kennzahlen

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

Umweltkonto	Mittelwert 2016/2017 gemessen in
Ausstoß klimawirksamer Gase	Angabe in kg
Transporte (und dessen CO <sub>2</sub> Äquivalent)	7750 [kg CO <sub>2</sub> ]
Benzinverbrauch (und dessen CO <sub>2</sub> Äquivalent)	NA
Stromverbrauch (und dessen CO <sub>2</sub> Äquivalent)	8620 [kWh]
Gasverbrauch (und dessen CO <sub>2</sub> Äquivalent)	NA
Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur)	Teil der Stromkosten
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	7,2 [m <sup>3</sup> ]
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig)	1 [kg]
Papierverbrauch	4 [kg]
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	300 [kg]
Kunstlichteinsatz	Teil der Stromkosten
Schadstoffemissionen	Angabe in kg

Die jeweiligen Messwerte sollten auf betrieblich relevante Kenngrößen umgelegt werden (z.B. kg CO2 pro Mitarbeitendem oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung“ genutzt werden.

### Analyse und Bewertung

Bezogen auf unsere Umsätze und die Arbeitersituation liegen wir mit den ökologischen Auswirkungen in einem guten Bereich. Dies ist auch den Mitarbeitern zu verdanken, welche bei den Fahrten die Öffis verwenden und aus persönlichem Interesse die Natur schützen möchten.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld E3</b>	<b>2</b>
--	----------

### E3 NEGATIVASPEKT: VERSTÖSSE GEGEN UMWELTAUFLAGEN SOWIE UNANGEMESSENE UMWELTBELASTUNGEN

#### Grundsätzliche Überlegung

Keine vorhanden

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld E3 – Negativaspekt</b>	<b>0</b>
--	----------

## E4 - TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG

### Einleitung

Veränderungen und Belastungen die die Gesellschaft betreffen werden rechtzeitig bekannt gegeben. Hier stehen wir für alle Fragen zur Verfügung. Entsprechende Ergebnisse werden dann zusammengefasst und bekannt gegeben.

### Kennzahlen

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung wird von unserer Seite gerne gemacht.
- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in 50% der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad) kann unsererseits begrüßt werden.

### Analyse und Bewertung

Die gesellschaftliche Mitentscheidung bedarf einer guten Aufklärung und objektiver Menschen.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld E4</b>	<b>4</b>
--	----------

## E4 NEGATIVASPEKT: FÖRDERUNG VON INTRANSPARENZ UND BEWUSSTE FEHLINFORMATION

Gibt es nicht.

<b>Erzielte Punkte in Handlungsfeld E4</b>	<b>0</b>
--	----------

### **Kurzfristige Ziele**

Erweiterung des Schlafraumkonzeptes und der Naturheilpraxis durch neue Produkte und Methoden zur Gesundheitsförderung.

### **Langfristige Ziele**

Erweiterung der Tischlerei, Vergrößerung des Bettenfachgeschäftes, Firmenübergabe und Pensionsantritt

21.03.2018

---