



ILSE LANG

Coaching ° Lebensberatung

Burnout-Prävention ° Raum für Entwicklung

GEMEINWOHL-BERICHT 2017 – 2019



UNTERNEHMEN

Firmenname: ILSE LANG
Coaching ° Lebensberatung

Rechtsform: Einzelunternehmen

Website: www.ilselang.at

Branche: Unternehmensberatung

Firmensitz: 8051 Lieboch, Am Bach 10 | Beratungspraxis: 8020 Graz, Griesgasse 4

Anzahl der Mitarbeitenden: 1 Unternehmerin

Umsatz: 2017: € 43.000,00 | € 38.000,00 | € 33.000,00 + Pension ab 04/2019

Jahresüberschuss: € 16.000,00 | € 18.000,00 | € 11.000,00

Berichtszeitraum: 2017 | 2018 | 2019



Kontaktmöglichkeiten: 0043 664 4114 753, coaching@ilselang.at, ilse.lang@ecogood.org

INHALT

Unternehmen	Seite 2
Tätigkeitsbereich	Seite 3
Das Unternehmen und Gemeinwohl	Seite 3
Zertifikat	Seite 5
Lieferant*innen	Seite 6
Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	Seite 12
Mitarbeitende	Seite 13
Kund*innen	Seite 16
Gesellschaftliches Umfeld	Seite 20
Rückblick und Ausblick	Seite 25
Prozess der Berichtserstellung und Peer-Zertifizierung mit Auditor	Seite 26

TÄTIGKEITSBEREICH

Ich bin seit 2003 als Coach und Lebensberaterin im unternehmerischen Umfeld selbständig. Der Sinn meiner Tätigkeit ist die professionelle Begleitung von Entwicklungsschritten von einzelnen Menschen in ihrer Persönlichkeit, von Führungsverantwortlichen in ihrer Wirksamkeit, von Teams in ihrer Zusammenarbeit und von Partner*innen in ihrem Zusammenwirken. Die Wirkung meiner Arbeit entfaltet sich aus meiner wertschätzenden Haltung, meinem vertrauensvollen Weltbild, meinem systemischen Verständnis von Menschen in all ihren Beziehungen und meiner Spezialisierung auf Führungsverantwortung. Ich gebe Menschen den Raum, in dem sie aus Anlass ihrer jeweiligen Probleme sich selbst tiefer kennen lernen und ihre klaren, reiferen und bewussteren Handlungen in all ihren Rollen finden. „Sei du selbst die Veränderung, die du dir wünschst für die Welt.“

Meine Beratungen finden in meiner Praxis in Graz und in den jeweiligen Unternehmen statt. Workshops und Klausuren für Gruppen und Teams leite ich in Seminarhotels. Manche Gespräche sind im Gehen auf Wanderwegen. Mein Büro befindet sich in meinem Privathaus in Lieboch.

Ich arbeite als Selbständige und bin Einzelunternehmerin. Bei Betreuung größerer Gruppen und bei parallelen Entwicklungsprozessen arbeite ich gerne professionell mit Kolleg*innen aus meinem Netzwerk zusammen.

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Das Buch von Christian Felber „Gemeinwohl-Ökonomie“ hat mich im Jahr 2011 in meiner Betreuung von vielen Burn-out-betroffenen Menschen und erschöpften Organisationen sehr bewegt. Diese Ideen und ihre Veränderungskraft haben mich in meiner eigenen Vision gestärkt, dass ich mit meinem Wirken als Coach in den Unternehmen für mehr Menschlichkeit und mehr Lebendigkeit für unsere Gesellschaft und für diesen wunder-vollen Planeten beitragen kann.

Ich bin für Menschen in Führungsverantwortung und für ihre Mitarbeitenden in den typisch steirischen, ost-österreichischen, kleinen bis mittelgroßen, eigentümergeführten Unternehmen Reflexionspartnerin und Impulsgeberin. Die komplexen Herausforderungen durch die globale

wirtschaftliche Vernetzung, die Veränderungen durch den Einfluss des neoliberalen Denkens und die Nach-Ordnung von Menschlichkeit hinter der Orientierung am Kapital brauchen sowohl persönliche als auch gemeinschaftliche Lösungen. „Es muss sich was ändern!“ höre ich oft und „Wo anfangen?“ Die Basis meiner Beratungen sind ganzheitliche Ausbildungen als Coach und Lebens- und Sozialberaterin und systemische Modelle für das Verständnis von Menschen und Entwicklung: Gewaltfreie Kommunikation nach M. Rosenberg, Entwicklungskompass genuine contact way® nach B. Williams, Systemisches Führungsverständnis nach Haberleitner, Deistler, Ungvari, Spirituell Systemische Aufstellungsarbeit nach S. Essen und die GWÖ-Matrix 5.0. Ich richte mit meinen Klient*innen den Fokus auf die gerade machbaren Schritte in eine für sie sinnvolle und erfüllende Zukunft. Ich arbeite mit Menschen, die das Menschsein (wieder) in den Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns und Zusammenarbeitens stellen. Und die Natur dieses Planeten als lebensspendenden Teil des Mensch-Seins verstehen.

Mein Engagement für die Verbreitung der Gemeinwohl-Ökonomie

Ich bin schon seit den Pionier-Zeiten der GWÖ engagiert und immer tiefer in die Ideen und ihre Wirkkraft hineingewachsen:

2013 Erstellung meines ersten GWÖ-Berichtes und Beginn meiner aktiven Mitarbeit in der Regionalgruppe Steiermark mit Betreuung der GWÖ-Unternehmen, Organisation von Treffen und peergroups für Unternehmer*innen

2014 Unternehmens-Veranstaltung bei GWÖ-Kongress an der Uni Graz

2015 Lernweg für GWÖ-Beraterin in Salzburg bei Isabella Klien und Roland Wiedemeyer

seit 2015 Spirituell Systemische Aufstellungen zu GWÖ-relevanten gesellschaftlichen Fragen mit Siegfried Essen und Eva Nagl-Pölzer

2015 bis 2018 Betreuung von Schüler*innen und Pädagog*innen bei Vermittlung von GWÖ-Inhalten an HAKs in Wien und Weiz

2016 bis 2018 Mitarbeit im IKT (Internat. Koordinationsteams) der GWÖ und im Internat. Strategie-Team und Mitwirkung bei den Internationalen Delegierten-Versammlungen der GWÖ in Barcelona, Paris und Lissabon

seit 2016 Mitglied im Internat. AK (Akteur*innen-Kreises) der GWÖ-Berater*innen und des AK Unternehmen

seit 2017 Koordination und Mitarbeit im Internat. Organisations-Entwicklungs-Team der GWÖ

2016, 2017 (in Graz mit Unternehmens-Veranstaltung), **2018, 2019** Mitarbeit an der GWÖ-Sommer-Woche

2019 Erarbeitung und Einreichung eines EU-Erasmus-Förderantrages für „Die GWÖ als selbstlernende Organisation“

Ich setze mich dafür ein, dass gemeinwohl-denkende und -handelnde Unternehmen eine größere Wahrnehmung in der Öffentlichkeit bekommen, ihre Produkte und Dienstleistungen mit ihrem fairen Preis bezahlt werden und Begünstigungen bei Steuern, Aufträgen und Förderungen bekommen. Meine Vision ist die Co-Kreation einer anderen Wirtschaft aus der Kraft der Unternehmen.

Kontaktmöglichkeiten: 0043 664 4114 753, coaching@ilselang.at, ilse.lang@ecogood.org

PEER-ZERTIFIKAT




Zertifikat: **Peerevaluation** Gemeinwohl-Bilanz

M5.0 Kompaktbilanz **2017-2019**

Begleiter*in **Manfred Kofranek**

für **Ilse Lang**

Paargruppe: **ZR-STMK-2020-02**

Beteiligte Peergruppen Firmen

Perspektivstiller

Maga Ulri Fejer

Ing. Robert Graf
Unternehmensberatung

Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette:	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette:	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette:	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette:
	30 %	20 %	20 %	10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:	B4 Eigentum und Mitentscheidung:
	40 %	50 %	10 %	0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:
	80 %	70 %	60 %	100 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehung:	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:
	90 %	60 %	50 %	80 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:
	70 %	60 %	20 %	50 %

Testat gültig bis:
30. September 2022

BILANZSUMME:
497

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

BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

LIEFERANT*INNEN

A1 MENSCHENWÜRDIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Welche Kriterien habe ich bei meiner Lieferant*innen-Auswahl:

- gute persönliche Beziehung zum Unternehmen, zur Unternehmerin, zum Unternehmer und zu den Mitarbeitenden: spürbar und erlebbar
- langfristige Geschäftsbeziehungen: durch die „Geschichte“ unserer beiden Unternehmen
- Echtheit und Glaubwürdigkeit: bei Bestellung, Besuch, Lieferung, Reklamation, etc. für mich erkennbar, wie GWÖ-Werte gelebt werden, z.B. Augenhöhe, Kooperation, Nachhaltigkeit, Fairness, Offenheit
- Regionalität: steirisch, österreichisch, europäisch;
- Service und faire Preisgestaltung: kein Preisdrücken;
- Unterstützung von Gründer*innen: Aufträge und feedback;
- Zertifizierungen und labels: von ersten Schritten bis zu Ideal;
- Preis und Zahlungsmodalitäten: wichtig als Wertschätzung, nachrangig

Zugekaufte Produkte/Dienstleistungen mit Anteil am gesamten Einkaufsvolumen:

2017	2018	2019	Lieferant*innen
GSVG Beitrag 14,2%	5,3 %	9,5 %	Sozialversicherung Nicht frei wählbar
Kfz-Kosten für Audi A4: Betrieb und Reparaturen 12,3% (qualitätsvolles und sicheres Fahrzeug, das viele Jahre nur Kosten für Betrieb und Versicherung kostete)	8,3	15,6	*Kfz KIEFER, eigentümergeführtes Unternehmen mit zwei Mitarbeitern, in Nachbargemeinde; seit Jahren persönlich bekannt; *AUDI-Ersatzteile und *Menschenwürde in der Zulieferkette für Diesel, Öl und Ersatzteile habe ich nicht überprüft; *ALLIANZ-KFZ-Versicherung – Allianz Gruppe kooperiert lt. Infoschreiben und website mit WWF (Trigos-Preis 2015); Der Versicherungsunternehmer ist mir seit Jahrzehnten persönlich bekannt, im gleichen Ort.
Miete für Praxis 7,9 %	8,9 %	10,2 %	*MIETE (Vermieter ist eine Privatfamilie daher benenne ich sie hier nicht), seit 2011 miete ich zwei Kolleginnen gemeinsam diese Wohnung, die wir als Praxisgemeinschaft nutzen;

			Wertschätzung, Fairness, Kooperation gelebt; samt Ökostrom AG und Fernwärme Graz enthalten
Werbung 5,9 % Flyer, Visitenkarten	4,2 %	9,5% neue website	*REHA DRUCK GRAZ - Verein „Steirische Vereinigung für Menschen mit Behinderung“ 100% Eigentümer der gemeinnützigen GmbH; *Catarina TOST, Grafikdesignerin, Zusammenarbeit ab Neugründung des Unternehmens; 2019: Christoph Höbart: design neue website, Kooperation mit Catarina Tost als EPU
Weiterbildung, Supervision, Beratung, Fachliteratur 6,5 %	3,1 %	7,1 %	*Siegfried ESSEN: Spirituelle Aufstellungsarbeit – GWÖ-Unterstützer; *Andrea SCHWARZ-SCHNEEBAUER Supervision – GWÖ-Unterstützerin; *Monika WIENER – Steuerberatung, eigentümerin-geführte Kanzlei, über die Jahre erlebe ich Rücksicht auf Frauen- und Familienbedürfnisse; *Buchhandlung PLAUTZ – eigentümergeführtes Unternehmen, Mitarbeiterin persönlich bekannt
Post, Internet, Telefon 2,3 %	2,7 %	3 %	*A1 lt. RTR hohe Sicherheitsstandards im Vergleich mit anderen Anbietern; *EFFET INFO: server und IT-support, seit erster website 2005
Versicherungen 1,8%	2,0 %	1,0 % Ende durch Pension Ab 04/2019	*VBV Vorsorgekasse Ethikbeirat –sep. Zitat s.u. *DONAU Lebensversicherung – persönliche Beziehung zu Betreuer
Reisespesen 7,1 %	7,5 %	2 % weniger Reisen für GWÖ	*Öffentliche Verkehrsmittel: GKB, GVB, ÖBB – Infos nur von websites

*Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden: geschätzt 10%

*Soziale Risiken habe ich nicht überprüft oder evaluiert. Ich bin aufmerksam bei Gesprächen und lese auf websites nach.

*Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte? Keine
Im Berichtszeitraum wurde verbessert: Bewusstheit

Verbesserungspotenziale/Ziele: Recherche nach labels und Berichten in entsprechenden Foren; Veröffentlichung meiner „Aufmerksamkeit“ durch GWÖ-Bericht auf meiner website.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird? nur aus Beobachtungen: ja

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? persönliches feedback, Fragen und Gespräche mit Lieferant*innen, mit deren Mitarbeitenden
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?
Ich lese auf websites nach, bin in den Medien aufmerksam. Sanktionen wären ein Schreiben mit Beendigung meines Einkaufs.
- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt: Minimal: fairtrade-label bei Tee und Schokolade zur Bewirtung;
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden siehe Tabelle A1: ca. 30%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: persönliches feedback, Fragen und Gespräche mit Lieferant*innen verstärkt;

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt werden? Ja.

A3 ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Zugekaufte Produkte und Dienstleistungen nach Volumen:

2017	2018	2019	Lieferant*innen
GSVG Beitrag 14,2%	5,3 %	9,5 %	Sozialversicherung Keine Infos
Kfz-Kosten für Audi A4: Betrieb und Reparaturen 12,3% (qualitätsvolles und sicheres	8,3	15,6	*Kfz Kiefer berät mich für nachhaltige langjährige Nutzung und schätzt danach Reparaturen verantwortungsvoll ein; *Audi-Zulieferer für Ersatzteile und Tankstellen nicht überprüft; *Allianz Gruppe/KFZ-Versicherung kooperiert mit WWF, Trigos 2015, 88% der Anlagen mit Fokus auf

Fahrzeug, das viele Jahre nur Kosten für Betrieb und Versicherung kostete)			<i>Nachhaltigkeit und Rückzug aus Kohleabbauinvestments</i> (erst durch die Fragen aus diesem Bericht bekannt!)
Miete für Praxis 7,9 %	8,9 %	10,2 %	Gemeinschaftspraxis: wir Mieterinnen haben *Ökostrom als Lieferanten: Nachhaltigkeitsbericht https://oekostrom.at/Content/uploads/hauptversammlung/GB2016_Netz_final.pdf *Putzmittel ökologisch abbaubar; *Ausstattung Teppich, Pölster, Handtücher: Jute bzw. Baumwolle GOTs-zertifiziert von Grüne Erde, GWÖ-Pionierunternehmen; Bewirtung: Sonnentor Tees und Zotter Schokoladen, zwei GWÖ-Pionierunternehmen
Werbung 5,9 % Flyer, Visitenkarten	4,2 %	9,5% neue website	Reha Druck Graz - Verein „Steirische Vereinigung für Menschen mit Behinderung“ 100% Eigentümer der gemeinnützigen GmbH; Nachhaltigkeitsbericht http://www.rehadruck.at/ejwen_53j_84ke32/wp-content/uploads/nachhaltigkeitsbericht_kurzfassung_rehadruck.pdf Österr. UZ 24 *Grafikerin und neue website: keine Zertifikate
Weiterbildung, Supervision, Beratung, Fachliteratur 6,5 %	3,1 %	7,1 %	*Siegfried ESSEN: Spirituelle Aufstellungsarbeit – GWÖ-Unterstützer; *Andrea SCHWARZ-SCHNEEBAUER Supervision – GWÖ-Unterstützerin; *Monika WIENER – Steuerberatung, aus Gesprächen und Beobachtung „ökolog. Orientierung“ *Buchhandlung PLAUTZ – keine Zertifikate, ökologisches Verhalten erlebbar
Post, Internet, Telefon 2,3 %	2,7 %	3 %	*A1 lt. RTR hohe Sicherheitsstandards im Vergleich mit anderen Anbietern; lt. eig. website: Nachhaltigkeitsstrategie für Netz und Kunden, Gewährleistung der Informations- und Datensicherheit, Potenzialförderung der Mitarbeitenden, Bekenntnis zur Reduktion des Ökol. Fußabdrucks durch energieeffiziente Technologien und effiziente Nutzung von Rohstoffen, Energiemanagementsystem nach ISO 50001 – ich bin seit Jahren zufriedene Kundin für Telefon und Internet *EFFET INFO: noch nicht nachgefragt

Versicherungen 1,8%	2,0 %	1,0 % Ende durch Pension ab 04/2019	*VBV Vorsorgekasse für die Jahre 2017, 2018 und 3 Monate von 2019. Sie hat als erstes Unternehmen der Branche einen begleitenden Ethikbeirat bestellt. Als erste und einzige österreichische Vorsorgekasse erhielt die VBV die ISO-Zertifizierung 14001 für ihr Umweltmanagement. *DONAU Lebensversicherung – keine Hinweise auf ökolog. Ausrichtung auf website
Reisespesen 7,1 %	7,5 %	2 % weniger Reisen für GWÖ	*Öffentliche Verkehrsmittel: ÖBB: Klima und Umwelt auf website eher für Kund*innen als zu eigenem Verhalten beschrieben Zitat zu Selbstverständnis: <i>Prime Status für die ÖBB-Infrastruktur In der letzten unabhängig durchgeführten Bewertung der internationalen Ratingagentur oekom research erhielten wir bereits zum dritten Mal den ersten Platz. Insgesamt wurden 49 Transportinfrastrukturunternehmen aus 27 Ländern einer strengen Prüfung unterzogen. oekom research ist eine der weltweit führenden Rating-Agenturen im Bereich Corporate Responsibility. Sie ist Spezialist für Analyse und Bewertung ökologischer und sozialer Leistungen von Unternehmen, die sich zur Finanzierung Geld vom Kapitalmarkt holen. Die Bewertung von oekom research zeigt, dass wir im internationalen Branchenvergleich zu den Besten gehören.</i> GKB: Nachhaltigkeit durch Elektrifizierung: Zitat vom 01/2020 <i>Die Elektrifizierung der GKB wird die S-Bahn Steiermark und den öffentlichen Verkehr in unserem Bundesland noch attraktiver machen, außerdem leistet dieses Projekt einen großen Beitrag zur Umsetzung der Klima- und Energiestrategie des Landes Steiermark“, sagt Landesverkehrsreferent LH-Stv. Anton Lang. Durch die Elektrifizierung der GKB kommt es zu einer massiven Reduktion der Luftemissionen. Allein in den ersten 30 Jahren würde dies – wenn der Zielfahrplan umgesetzt wird – eine Ersparnis von 480.000 Tonnen CO₂ (16.000 Tonnen CO₂ pro Jahr) bedeuten.</i>

- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?
Glaubwürdigkeit
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert? Nicht
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
Ernährung: regional, saisonal, biologisch, vegetarisch
Fahraufwand: möglichst sparsam oder vermeiden
Verpackungen, Plastik: möglichst vermeiden
Strom: Ökostrom mit Zertifikat
Druckerpapier, Flipchart-Papier: recycled paper mit label
Putzmittel: ökolog. abbaubar
Flipchart-Stifte: nachfüllbar
Büroausstattung: 2018 Laptop und Druckerpatronen über willhaben.at gebraucht
- Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischen Einkaufs?
 Nach meiner Beobachtung: das aktive Thematisieren dieser Aspekte

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind?
 20% geschätzt

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Steigerung der Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln;

Verbesserungspotenziale/Ziele:

*Nach Fertig-Nutzung meines PKWs Umstieg auf ein Elektro-Auto mit eigenem Paneel für Solarenergie auf Privathaus – dazu noch viel Information notwendig.

*Nachfragen bei meinem Internet-Provider und Website-Host EFFET-INFO zu Energieverbrauch und ökologische Überlegungen.

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen? Ja: für mich ist Diesel für PKW lt. Ökolog. Fußabdruck vertretbar; ebenso ÖBB- und Flugreisen durch Extra-Zahlung für CO2-Kompensation.

A4 TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander? Ich stelle bei persönlichen Gesprächen Fragen zu Entscheidungsfindungen, die mir die Hintergrundinformation der Mitarbeitenden und ihre Beteiligung erkennen lassen.
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände? Check auf websites und Medien (z.B. Forum Nachhaltigkeit Tests)
- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt? Ich kenne keine labels dazu.

- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.
Minimal: GWÖ-Unternehmen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Ich beeinflusse mit Vorschlägen für Veranstaltungsorte von Workshops die Buchung meiner Kund*innen. Dabei achte ich auf GWÖ-Orientierung, besonders bei Verpflegung, Ausstattung der Seminarräume und Stimmung der Mitarbeitenden des Seminarhotels. Ich komme mit meinen Wünschen und positivem feedback auch mit den Seminarhotels ins Gespräch s. www.retter.at; www.klugbauer.at

EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN

B1 ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Ich habe für mein Unternehmen keine Kredite. In den Berichtsjahren haben mir bei der Überbrückung von finanziellen Engpässen meine Familie und ein Sponsor (der meinen ehrenamtlichen Einsatz für die GWÖ schätzt) geholfen.

Ich bin Genossenschafterin des Projektes Genossenschaft für Gemeinwohl www.gemeinwohl.coop mit Anteilen von szt. € 3.000,00, um eine Ethik-Bank in Österreich zu gründen. Ich bleibe diesem Projekt auch durch die Schwierigkeiten hindurch loyal und überlege, ein Konto bei der Raika Gunkirchen zu eröffnen.

Seit drei Jahrzehnten bin ich meiner ortsansässigen Raiffeisenbank durch persönliche Beziehungen seit der szt. Finanzierung unseres Eigenheimes verbunden. Ich führe wiederkehrend Gespräche zur Gemeinwohl-Ökonomie und stelle Fragen zu Ethik bei Fonds und Veranlagungen.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil Eigenkapital in Prozent 100%
- Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche ist mir nicht bekannt.
- Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital) keine

B2 SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Ich verwende als EPU meinen Gewinn für meinen persönlichen Lebensstandard und für die Zukunftsfähigkeit meines Unternehmens. Meine Investitionen sind immer wieder in meine berufliche Weiterbildung, in die Qualität meiner Arbeit durch Supervision, in die IT-Ausstattung und meine Betriebs-Unterbrechungs-Versicherung.

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	16/18 Tsd. EUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	2-3 Tsd. EUR
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	1 Tsd. EUR
Anlagenzugänge	0 Tsd. EUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	0 Tsd. EUR

B3 SOZIAL-ÖKOLOGISCHE MITTELVERWENDUNG

Meine Nutzung von PKW, Handy und Laptop hat ökologisches Verbesserungspotenzial, was mir aus der Beschäftigung mit diesen Themen immer bewusster wird. Für die Realisierung gibt es auch Landes- und Bundesförderungen bei Neuanschaffung. Im Berichtszeitraum habe ich nichts investiert bzw. umgesetzt. In meinem Investitionsplan für diesen ökologischen „Sanierungsbedarf“ stehen 20 Tsd Euro für PKW und Paneel bis 2023.

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

B4 EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG

Seit der Anmeldung meines Gewerbes 2003 bin ich als EPU mit meiner Freiheit, meiner Selbstverwirklichung und meiner Verantwortung glücklich. An den Grenzen meiner Leistungsfähigkeit und meiner Professionalität habe ich ein Netzwerk von wunderbaren Kolleg*innen. So bin und bleibe ich zu 100% die Eigentümerin meines Unternehmens und der Marke, die ich aufgebaut habe. Ich werde das auch nicht ändern.

Ich bestätige, dass ich keine „feindlichen Übernahmen“ getätigt habe.

MITARBEITENDE

C1 MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

„Walk the talk“ ...ich sehe mich selbst als Mensch und Unternehmerin auf einem Entwicklungsweg. Und ich übe mich in offener, wertschätzender, optimistischer und lösungsorientierter Haltung, mit Herz für „das Menschliche“ - für meine (potenziellen) Kund*innen und für mich selbst. Ich sehe Schwierigkeiten als Chance fürs Lernen und Wachsen.

Die größte betriebliche Gesundheitsförderung ist für mich als Selbständige mein Zeitmanagement. Ich habe ganz unterschiedliche „Arbeitstage“, die durch Einzelberatungen, Fahrten, Workshop-Tage und Bürozeiten gestaltet werden. Coaching-Zeit, Vorbereitungen, Nachbetreuung, Kommunikation, Administration, Weiterbildung, Supervision und Ehrenamt sind unterschiedlich gemischt und fordernd. Durch Beratungen und Workshops kann ich nicht immer erreichbar sein, und das gibt eine Ordnung für Telefonzeiten und Rückruf-Zeiten. Zwischen Workshops ist unbedingt ein Ruhetag, da meine Arbeit sehr intensiv und persönlich ist. Für „Krisenzeiten“ von Klient*innen finde ich gute Lösungen, wie ich erreichbar bin. Ich habe ein gutes Gespür für meinen gesunden Rhythmus von Arbeit und Erholung entwickelt und nehme die Zeichen meines Körpers ernst (so wie ich es auch meinen Klient*innen empfehle).

Mein Büro ist in meinem Privathaus. Das ist einerseits eine große Herausforderung für Disziplin, andererseits eine Erholungsmöglichkeit mit Garten und nahem Wald. Ich bin auch überzeugt, dass die Erfüllung durch meine Arbeit und meine Freude an Menschen meine Gesundheit fördern. Ich bin im Urlaub und bei meinen Auszeiten eine Weitwanderin und ich gehe gerne auch in der Stadt Wege zu Fuß. Mit meinen Wald-Wanderungen und den Wegen mit Beratungen sind das durchschnittlich 20 km/Woche.

Ich arbeite bei größeren Gruppen gerne mit einem männlichen Kollegen zusammen, um die unterschiedlichen Zugänge und die unterschiedlichen Qualitäten von Beratung einzubringen. In den Workshops kann ich gut Teilnehmer*innen mit ihrer Unterschiedlichkeit aus ihrer Kultur, ihren Erfahrungen und ihrer Kommunikation als „Mitarbeitende“ für das Ergebnis beteiligen.

- Durchgehend seit Gründung😊2003 bin ich soz. meinem eigenen Unternehmen zugehörig.
- Für meine fachlichen und persönlichen Entwicklungsmöglichkeiten investiere ich geschätzte 100 Stunden Weiterbildung pro Jahr: fachliche Themen, persönliche Weiterbildung und ganzheitliche Reflexion: Supervision meiner Rolle(n) 1 x /Monat im Kolleg*innen-Kreis; Austauschtreffen mit Beratungskolleg*innen zu Reflexionen von Inhalten, Methoden und Innovationen; GWÖ-Berater*innen-Treffen 1 x /Jahr zu Matrix und Erfahrungsaustausch; Ausbildung und Experimentier-Arbeit zu Spirituell-systemischer Verkörperungsarbeit 1 x /Monat plus 1 Woche Retreat im Sommer; Silat-Training 1 x /Woche und 1 Retreat/Jahr mit Trainer aus Bali;
- Ein Blick auf meine Gesundheits-/Krankheitsstatistik:
2017: insges. 5 Tage Krankheit ohne zu arbeiten; Absagen und Verschiebungen sind auch „Vorbild“ für meine Klient*innen
2018: 14 Tage Krankheit bzw. Erholung nach OP, Workshop knapp danach mit Unterstützung bei Anreise und Fotoprotokoll
2019: 7 Tage, ohne zu arbeiten.
- Keine Betriebsunfälle
- Für meine Gesundheit gönne ich mir auch eine Woche Auszeit pro Jahr – mit Schweigen und Meditation und (Schneesuh-)Wandern im Kloster Puregg;
Im Berichtszeitraum: Kochkurs zu ayurvedischer Ernährung
- Im Berichtszeitraum verbessert: konsequente internet- und telefonfreie Tage
- Ziele: Weiterbildung zu Fasten und Entgiftung

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

C2 AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

Für meinen „lebenswürdigen Verdienst“ mit Berücksichtigung der regionalen Lebenshaltungskosten vergleiche ich mein Honorar mit Kolleg*innen und frage in Unternehmen nach deren Budget für meine Dienstleistung. Ich finde meine Entlohnung aus der Balance von Freude an der Arbeit, Leistbarkeit für meine Klient*innen und einem guten Gefühl für eine echte Entlohnung bzw. einen stimmigen Ausgleich: für mein Know-how, mein Mitwirken an einem guten Prozess und einer guten Weiterentwicklung. Ich verhandle mein Honorar mit jeder/jedem Klient*in für jedes Projekt. Mein Honorar liegt hier zw. € 110,00 und € 150,00 netto je Stunde und mein entsprechender Tagsatz samt Vorbereitung und Nachbesprechung liegt zw. € 1.200,00 und € 1.700,00 netto. Meinen lebenswürdigen Verdienst kann ich auch durch meine Lebens- und manchmal Arbeitsgemeinschaft mit meinem Partner Robert Graf und seine Unterstützung schaffen.

- Ich schaffe meinen Arbeitsplatz und meine Aufträge selbst, so auch meinen Verdienst.

- Ich habe meine Arbeitszeiten sehr für mich persönlich und aus meiner Erfahrung formuliert: zu jedem Workshop-Tag plane ich einen Vorbereitungstag und einen nachfolgenden freien Halbttag ein. Bei Einzelberatungen achte ich auf das Maximum von 3 Beratungen je Tag. Auftragsklärungs-Gespräche verrechne ich, weil in diesen hier viel wichtige Arbeit passiert.
- Ich nehme meine Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe bei Veranstaltungen, Vorträgen, Podiumsdiskussionen und Netzwerktreffen, bei denen ich mit Fragen und Hinweisen aus meiner Professionalität beitragen kann, wahr.
- Als Einzelunternehmerin ist die Selbstorganisation meiner Arbeitszeit von meiner Disziplin und meinem „Nein-Sagen-können“ abhängig.
- Ich unterscheide nicht zw. Work und Life und die Balance gelingt mir mit Reflexion und Berücksichtigung meiner eigenen Kräfte und meines Körpers.
- Aus meiner Leistungsfähigkeit habe ich eine Wochenarbeitszeit von ca. 30 Stunden.
- Überstunden ergeben sich aus spontanen dringenden Einzelberatungen und Workshop-Tagen mit den verbundenen Vorbereitungen, An- und Abreisen und Nachgesprächen.

Im Berichtszeitraum habe ich im Jahr 2019 erstmals drei Wochen Urlaub im Ganzen geschafft. Für die Zukunft liegt das Verbesserungspotenzial für mein Unternehmen darin, die nachfolgende Auftragslücke finanziell besser zu überbrücken.

Ab dem Jahr 2019 habe ich meine ehrenamtliche Arbeit und Reisen zu internationalen Arbeitstreffen der GWÖ reduziert.

Ich empfinde nicht, dass ich mich selbst ungerecht oder einseitig belaste oder ausbeute.

C3 ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN

Büro-Tage bzw. Büro-Zeiten sind bei mir im Privathaus und ich habe somit weniger Fahrtaufwand. Ich kann hier selbst kochen und, das tue ich schon seit Jahren mit ökologischen-regionalen Lebensmitteln, die ich am Bauernmarkt und bei Direktvermarkter*innen kaufe. Tage mit Beratungen in der Praxis in Graz bringen den angenehmen Nebeneffekt mit sich, dass ich im vegetarischen Restaurant „Mangolds“ in der gleichen Gasse esse. Oft treffe ich mich dort auch mit Kund*innen, die mit dir diese Freude und Lebensqualität teilen oder kennenlernen.

Verkehrsmittel: PKW Audi A4, Diesel, für effiziente Nutzung meiner Lebenszeit bei entfernten und zeitlich verteilten Beratungen an einem Tag. Potenzial für Verbesserung sehe ich darin, online-Coachings anzubieten, um Fahrten zu reduzieren.

80% meiner Verpflegung ist ökologischer Herkunft, 95% meiner Verpflegung ist vegetarisch.

10% meiner Reisen im Berichtszeitraum sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder Fahrgemeinschaften.

Mein Verhalten, öffentliche Verkehrsmittel zu nützen, habe ich durch abgestimmte Terminvergaben verbessert. Mein jüngerer Sohn wohnt seit 2018 nicht mehr in meinem Privathaus, so ist die gemeinsame Nutzung durch Fahrten und Transporten weggefallen, und ich fahre zw. Lieboch und Graz mehr mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Hier nehme ich mir vor, die Termine unterschiedlicher Kund*innen besser/mehr zu koordinieren, um Fahrten zu reduzieren.

Ich bin sehr achtsam und bestätige hier, dass ich in meinem Unternehmen weder die Verschwendung von Ressourcen fördere noch unökologisches Verhalten dulde.

C4 INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

- Ich habe zweimonatliche Auswertungen und Vergleiche meiner Geschäftszahlen, die ich mit meinem Kalender und mit meinem Gefühl für Zufriedenheit bzw. Müdigkeit vergleiche.
- Ich fühle mich selbst und bin mit mir als Chefin zufrieden☺ - Warum: Ich stelle immer wieder Fragen zu Sinn und Ausrichtung meiner Tätigkeit, ich arbeite an meiner Vision und passe meine Strategien an, ich evaluiere Projekte und mein ehrenamtliches Engagement, ich reflektiere meinen Aufwand und meine Wirkung mit meinen Kund*innen. Ich lasse mich von meiner Freude bzw. von meiner Unzufriedenheit lenken.
- Ich frage mich nach dem Führungsmodell, mit dem ich auch mit meinen Kund*innen arbeite, auch selbst, wie sehr ich unterschiedliche Stimmen in mir berücksichtige. Das zeigt sich darin, dass ich aus der Aufstellungsarbeit unterschiedliche Positionen für eine Entscheidungsfindung für mich nutze.
- Zu Transparenz und Mitbestimmung – als Reflexionsfrage: Ich bekomme feedback von Außenstehenden, dass ich viele Facetten und Überlegungen von mir und meinen Themen kommuniziere.
- Aus Beschäftigung mit diesem Bericht nehme ich mir die kontinuierliche Dokumentation meiner Reflexionen und Kalkulationen vor.

KUND*INNEN UND MITUNTERNEHMEN

D1 ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

- Neue Kund*innen kommen oft durch Weiterempfehlung zu mir. Ich lerne neue Kund*innen auch bei Veranstaltungen durch Gespräche oder bei Workshops kennen, wo ich sicher nicht akquiriere, sondern mit meiner Meinung oder einem Beitrag wirke. Stammkund*innen betreue ich durch eine aufmerksame Beziehung. Ich schicke behutsam links und gebe feedback zu Zeitungsberichten oder anderen relevanten Bezügen.
- Meine Beratungen und Workshops werden immer aus einem besonderen Anlass aus dem Alltag, aus einer Herausforderung oder einer Krise gesucht und gebucht. Ich achte darauf, auf Augenhöhe den Auftrag zu klären und frage sowohl für mich als auch für den/die Kund*in im ersten Gespräch, ob wir uns für eine Zusammenarbeit entscheiden. Für mich ist die größte Aufmerksamkeit auf der Auftrags-Klärung, und das ist ein Nutzen für mich und meine Kund*in! Ich verkaufe nicht „Zehnerblöcke“ sondern lasse dem Prozess die natürliche Länge bzw. Kürze. Bei einem Auftraggeber sind diese Block-Einheiten für die Genehmigung durch das Personalbüro üblich, doch ich orientiere mich mit meiner Beratung nicht daran.

- Ich achte auch darauf, dass ich die „Not“, die zu einer Beratung geführt hat, nicht verlängere, und auch, dass keine Abhängigkeit zu mir als Beraterin entsteht. Das ist meine Ethik als Coach/Beraterin/Prozessbegleiterin/Lebens- und Sozialberaterin.
- Menschen mit Gehbehinderung haben Schwierigkeiten, sich mit mir in meiner Beratungspraxis im dritten Stock, ohne Lift zu treffen. Ich weise bei jeder ersten Terminvereinbarung darauf hin und frage nach einem alternativen Ort bzw. komme ich zum/zur Kund*in.
- Manche Kund*innen können sich in wirtschaftlich schwierigen Zeiten meinen Tag- bzw. Stundensatz nicht leisten. Wir finden immer eine Lösung durch spätere oder Ratenzahlung.
- Meine neue website ist seit 2019 barrierefrei gestaltet. Ich versuche immer, meine Sprache aus meinem „Fachlatein“ in die Sprache der Kund*innen zu übersetzen.
- Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen:
2017 flyer und Visitenkarten: € 2.360,00 |
2018: € 1.535,00 |
2019: samt neuer website: € 3.184,00
Ich mache mir zum Jahreswechsel eine Einschätzung meines realistischen und motivierenden Umsatzes und meiner Angebote für das neue Jahr.
- Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird: 10% geschätzt – Privatschule, einzelne Klient*innen
- Als Verbesserungspotenzial sehe ich, mir Gutscheine zu überlegen.

Ich kann bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden.

D2 KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Ich kooperiere, wenn es die Größe oder die Thematik eines Auftrages braucht,

* mit meinem Lebenspartner und Kollegen Robert Graf, Coach, Wien, www.robert-graf.at

*und mit meinen GWÖ-Beratungs-Kolleg*innen österreichweit

*mit Vom Hügel, slow flowers Workshops, www.vomhuegel.at, Erbersdorf

*mit stressless-rocks, Outdoor-Kletter-Spezialisten, Graz, www.stresslessrock.at

Ziele sind: professionelle Begleitung des Auftrages, Erhöhung der Wirksamkeit für die investierte Zeit, Synergien, Weiterempfehlung und Vorbild für Kooperations-Möglichkeiten, Co-Kreationen und Nachhaltigkeit (Berücksichtigung von Grenzen, Überforderung).

Ich teile Arbeitsunterlagen, Bücher, links und ich helfe bei der Planung von Klausuren, wenn Klient*innen diese selbst veranstalten und durchführen.

Ich bin Reflexionspartnerin in meinen Netzwerken (Evolutionäre Aufstellungsarbeit, GWÖ-Beratung, GWÖ Stmk, in Supervisions-Gruppen von Coaches, Berater*innen und Systemischen Aufsteller*innen) ohne Entgelt.

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

Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil): 20% geschätzt

- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:
 - Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): 20%
 - 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? (Anzahl: x/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards nur ehrenamtlich
 - Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying) 0
 - Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards 0
- Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? keine
 - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge) keine
- Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen
 - anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? keine
 - der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn) keine

Als Verbesserung bzw. Ziel sehe ich, Aufzeichnungen dazu zu beginnen – Ehrenamt und zukünftige Auswirkungen zu beachten.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird? Kann ich bestätigen.

D3 ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Meine Dienstleistungen sind Beratung/Coaching mit meinem gesamten Erfahrungshintergrund und einem dienlichen Rahmen für diese Arbeit. So sind das persönliche Zusammenkommen, Zusammenarbeiten, der Ort und der nachhaltige Transfer mit Reisen und Transport von Materialien verbunden. Alternativen? Ich sehe telefonische und online-Beratungen nur bedingt tauglich für Einzelgespräche, wenn die Vertrauensbasis schon gebaut ist. Für Workshops, erlebnisorientiert und mit Aufenthalt in der Natur, gibt es für mich keine vergleichbare Alternative.

- **Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert:**
Meine Maßnahmen sind: Termine gut und effizient zu vergeben – mit wenig Reisen dazwischen bzw. mit mehreren Terminen an einem Ort.
Organisation von Fahrgemeinschaften bei Workshops.
Bei Papier- und Druckkosten für Arbeitsunterlagen achte ich auf ökologische Aspekte: Drucken, Wiederverwenden, digitale Übermittlung, digitale Dokumentation
- **Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?**
Ich weiß, dass ich bei meiner Coaching-Dienstleistung auch auf meine Echtheit und Glaubwürdigkeit hin beobachtet werde – auch bei meinen ökologischen Impulsen. Feedback und Ko-Kreationen geben mir Bestätigung, dass ich glaubwürdig wirke.
- **Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?**
Ich habe sehr bewusste Klient*innen, die ich ermutige, ihre nächsten „Bedarfe“, Termine und Interventionen selbst zu entscheiden. Dabei achten wir gemeinsam auf einen umsetzbaren Zeitplan und ein gesundes Maß. Dadurch entstehende Fahrten sind immer ein Thema, wo ich das Maß und die Nutzung als Frage in den Raum bringe.
- **Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?**
Meine Beratung ist sehr individuell und alltagsbezogen. Ich bin sehr achtsam, welche Kommunikation für den Prozess wichtig ist, was in Krisenfällen der stimmige Freiraum bzw. die wichtige Kontaktaufnahme ist. Ich achte auf eine professionelle Beziehung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Verlegung von Beratungen in ein Unternehmen: 1 x /Monat
„Sprechstunde mit Ilse Lang im Haus“ im Arztzimmer spart etliche individuelle Reisen zu mir.

Kund*innen organisieren Busse und Fahrgemeinschaften bei Workshops

Nachbesprechungen auch zur nachhaltigen Wirkung des „ökologischen Aufwandes“ eines Workshops

Verbesserungspotenziale/Ziele: Fragen zu einem Ökologischen Fußabdruck von Workshops mit meinen Kund*innen in die Auftragsklärung legen

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt? Kann ich bestätigen.

D4 KUND*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ

Meine Dienstleistung ist sowohl im Einzelcoaching, als auch bei Teamentwicklung und Organisations-Entwicklung jeweils ein gemeinsam gestaltetes „Produkt“. Bei jeder Auftragsklärung entscheiden meine Kund*innen mit, wie meine empfohlene Intervention gestaltet wird, welcher Zeitraum, welche Teilziele und welche Indikatoren unsere (!) Arbeit nachvollziehbar machen. Ich bringe immer das Thema „geteilte Verantwortung“ zu Beginn einer Zusammenarbeit ein. Mein Honorar wird gemeinsam je Auftrag fixiert.

- **Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?**

Ja, ich nehme Vorschläge meiner Kund*innen für näher gelegene Seminar-Räume und Caterings auf. Vorschläge meinerseits, dass die Beratung mehrerer einzelner Mitarbeiter*innen an einem einzigen Termin IM Unternehmen stattfinden, werden gerne angenommen. Telefon- und online-Beratung wird mehr (Voraussetzung ist, dass die Vertrauens-Beziehung schon hergestellt ist).

- Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?
Auf meiner website (seit 2019 neu) habe ich meine Werte und die Gestaltung meiner Produkte samt Preisgestaltung sehr öffentlich gestellt.
- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind.
Zwei Firmen mit insges. 14 Halbtagen im Unternehmen – zur Reduzierung der Fahrten
- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes): 0
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes). Ich habe auf meiner website, dass ich den Preis jeweils verhandle - 100%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

*umfangreichere Dokumentation der Ausgangssituation und des erwünschten Zieles der Zusammenarbeit

*Nachhaltigkeit der Wirksamkeit eines Workshops durch Nachbesprechungen nach einigen Wochen gesteigert.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Kann das Unternehmen 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? Ich bestätige das.

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologische Auswirkungen gibt? Ich bestätige das.

GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Welche der neuen Grundbedürfnisse erfüllen die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens?

Ich sehe meinen Entwicklungs-Beitrag als Sinn, den ich für mein eigenes Leben erfülle. Und ich erfülle einen Beitrag zu den Grundbedürfnissen meiner Kund*innen nach Klarheit, Führung, nach guter Zusammenarbeit, nach Inspiration, nach Motivation, nach Freude, nach Lebendigkeit, Souveränität,...einem guten Platz im großen Ganzen

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

Ich finde, dass Coaching kein Luxus oder Statut-Symbol ist, sondern im Gegenteil ein Grundbedürfnis nach Austausch, Verstanden werden und Wirksamkeit. Ich helfe mit, preiswertere Interventionen wie z.B. meditative Aufenthalte in der Natur und regelmäßige Selbst-Reflexion bewusst zu machen.

In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Ich wirke mit meinen Fragen, Gesprächen, Inputs und Erfahrungen auf allen Ebenen, auf der körperlichen, mentalen, emotionalen und spirituellen Ebene der Menschen und der Systeme mit. Für mich ist das ein ganz natürliches und ganzheitliches Geschehen, Wachsen. Aus meinen Burn-out-Begleitungen verstehe ich Gesundheit als eine Balance aller unserer menschlichen Anteile und unserer Beziehungsfähigkeit mit dem gesamten Umfeld. Alle meine Angebote sehe ich als diesen Dienst.

- Welche gesellschaftlichen/ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch Produkte/Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert? (Orientierung an UN-Entwicklungszielen)



Ich finde mich mit in dem umfassenden Verständnis von Menschenwürde und Verantwortung als Menschen auf diesem Planeten für alle SDGs mitwirkend. Durch meine Arbeit mit Entscheider*innen von Unternehmen sehe ich meinen Beitrag in der Veränderung des Bewusstseins und der Berücksichtigung dieser Ziele für die jeweilige eigene nachhaltige Entwicklung. Mit der GWÖ-Matrix sind einige „goals“ konkret abgedeckt.

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. Erfüllte Bedürfnisse
 - decken Grundbedürfnisse 100 %
Sinnerfüllung an sich, Selbstermächtigung, Kommunikations- und Konfliktkompetenz als menschliche Grundbedürfnisse nach Leben, Lebendigkeit, Verbundenheit, Selbstausdruck
 - Statussymbol/Luxus 0 %
2. Dienen der Entwicklung der Menschen 100%

Entwicklung zu mehr Bewusstsein, Verständnis, Fähigkeiten für Kooperation und Organisation: als Mensch/Persönlichkeit, in Rolle als Führungsverantwortliche für Unternehmen und deren Entwicklungs-Ebenen (nach Graves, Spiral Dynamics)

Weltbild	Ich / Wir	Sichtbarkeit	Fähigkeiten	Strukturen
Das Leben ist wie ein Dschungel, es herrscht das Recht des Stärkeren, der Schwächere gehorcht und dient. Es gilt das Leben zu erobern.	Egozentrisch & Opportunistisch Handeln Machtvolles Eingreifen, Sehr hohe Loyalität Leistung erfolgt nur gegen Entlohnung Selbstbehauptung um andere zu dominieren	Wutentfälle eines 3-jährigen Gangs, Rockstars, Erfinder Strenges Patriarchat & Matriarchat, Mitarbeiter als „Helden“	Fähigkeit Entscheidungen zu treffen.	Machtgetrieben / Königreiche 
Wir dienen einer höheren Ordnung, oder unterwerfen uns klaren Regeln und Gesetzen. Regelerhaltung wird belohnt. Die Welt ist schwarz/weiß – gut/böse	Ordnung und Autorität, Dauerhaftigkeit, Stabilität, Standards, Regeln und Richtlinien Schuldfrage wichtig	Totalitarismus Fundamentalismus Pflichter, Bürokratie ISO 9001, Lean Standardisierung	Fähigkeit Bestehendes zu bewahren und aufrecht zu erhalten. Fähigkeit Strategien zu folgen	Hierarchie / Autorität 
Es gibt so viel zu entdecken. Die Welt kann verbessert werden und Wachstum ist scheinbar unbegrenzt möglich. Förderung, Verbesserung, Fortschritt	Pragmatisch vorangehen, Optionen austesten, Rationales Denken und Handeln Leistungsorientiert, Selbstbestimmung Besser sein als andere, Zielorientiert Regeln zu brechen ermöglicht den Fortschritt	Aufklärung, Wall Street Materialismus, Wissenschaft Industrialisierung, Leistungsport, Lean KAIZEN, Startups	Fähigkeit auf Änderung im Umfeld angemessen zu reagieren Fähigkeit Strategien zu entwickeln.	Erfolgsgetrieben / Matrix 
Die Anliegen und Bedürfnisse jedes Einzelnen sowie die Verbindungen und gemeinsamen Ziele stehen im Mittelpunkt. Gemeinsam werden Netzwerke entwickelt und Wissen geteilt.	Relativistisches situatives Handeln, auf menschliche Bedürfnisse reagierend, Verbinden, Harmonie und Liebe Gemeinsamkeit und gegenseitige Unterstützung, Gemeinnützigkeit	68er, Humanismus, Tierschutz, Soziale Marktwirtschaft, Ökologie, Amnesty International, Diversität, Soziale Initiativen	Fähigkeit eigene Visionen und Ziele zu entwickeln und daraus Strategien abzuleiten.	Menschgetrieben / Agil 
Die Welt ist komplex und unterliegt einer kontinuierlichen Veränderung. Aber Veränderung ist Gewohnheit. Unsicherheit ist ein akzeptierter Zustand und wird aktiv gestaltet.	Systemisches, Integrales Denken, Unabhängigkeit und Selbstachtung, Integration lebender Systeme, persönliche Weiterentwicklung	Blue Economy, ZEN Meditation, Crowd Innovation, Co-Kreatives Arbeiten	Fähigkeit ganzheitlich ohne Verlierer aktiv Veränderung und die Zukunft zu gestalten.	Metasystemisch / Fraktal 

Quelle: Eigene Darstellung nach Beck & Cowan „Spiral Dynamics“
Hinweis: Inhalte sind Anhaltspunkte, nicht Dogma.

- der Erde/Biosphäre 0 %
- Löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen
<https://www.bundeskanzleramt.gv.at/entwicklungsziele-agenda-2030>
%?

Ich sehe meinen Beitrag auf der Entwicklung des Bewusstseins des/der Menschen, die mit mir arbeiten. Die Wirkung kann ich nicht in Prozenten messen. Es ist auch nicht im dem Moment einzuschätzen, in dem ein Klient/eine Klientin berührt, erleichtert, klarer, stärker, selbst-bewusster an seinem/ihren Einflussbereich anders als davor handelt. Ich bekomme viele dankbare e-mails zu Problemlösungen und Veränderungen ☺

3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:

- Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen 100 %

aus meinem systemischem Verständnis beeinflusst jede Erkenntnis eines einzelnen Menschen die Menschen im Umfeld. Je mehr Verantwortung und Einfluss dieser Mensch, z.B. als Führungsverantwortlicher hat, umso umfassender ist der „Nutzen“ meines Coachings.

- Hemmender/Pseudo-Nutzen 0 %

Obwohl manchmal die ersten verändernden Schritte als Verschlechterung empfunden werden – z.B. Konflikte, die zur Sprache kommen, sind unangenehmer als unterschwellige Konflikte; das Befinden wird vorübergehend gedrückter, ohnmächtiger – daher Begleitung wichtig

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Ich stelle aus meinem GWÖ-Verständnis und -Wissen bei manchen Beratungs-Themen umfassendere Fragen zu sozialer, ökologischer und ökonomischer Nachhaltigkeit.

Verbesserungspotenziale/Ziele: Angebote nicht nur zur GWÖ allgemein, sondern Unternehmer*innen-Workshops zu GWÖ-Aspekten; Vertiefung und Praxiserfahrungen zu „Soziokratie in Unternehmen“ mit Kollegin Katharina Liebenberger

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden? ja

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits? Einkommenssteuer, Sozialversicherungsbeiträge, Grundumlage bei der WKO; keine Förderungen
- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?
 - * Ehrenamtliche Tätigkeit für die GWÖ: ca. 10 Stunden/Woche für Mitarbeit bei regionalen Aktivitäten und Mitarbeit im Internat. Koordinationsteam der GWÖ, dazu Zeit und Know how für Arbeit bei überregionalen Treffen: insges. ca. 10 Tage/Jahr; Eigennutzen durch das Kennenlernen vieler besonderer Menschen in der GWÖ, viele alternative Ideen und Möglichkeiten für Veränderungen und potentielle Kund*innen und Kooperations-Partner*innen
 - * Dauerspende € 50,00/Monat an Greenpeace für ökologische Kampagnen in den vergangenen Jahren. Eingestellt im Jahr 2019 weil ich das gewachsene Ausmaß an Ehrenamt für die GWÖ als genug großen Beitrag zu gesellschaftlichen Veränderungen empfunden habe.
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Sensibilisierung, Vorbild, Kooperationen mit anderen Unternehmen und Organisationen wie z.B. Grüner Wirtschaft, Caritas, Way of hope, Fridays for future
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird?

„Blick in den Spiegel“

Umsatz € 43.000,00 | € 38.000,00 | € 33.000,00 + Alterspension

Nettoabgabenquote, effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer):

Einkommenssteuer € 526,00 | € 838,00 | € 2.000,00

Sozialversicherung € 5.700,00 | € 2.000,00 | € 3.200,00

Ich schaffe als EPU seit fast 20 Jahren meinen eigenen Arbeitsplatz und beziehe keine Förderungen.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Kann das Unternehmen 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? ja

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden? ja

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Meine Arbeit verursacht durch Reisen mit dem PKW Emissionen und Lärm; sowohl das Büro im Privathaus als auch meine Praxis haben seit Jahren Ökostrom; für meinen Bürobedarf und für Unterlagen verbrauche ich ca. 10 kg 100% recyceltes Druckerpapier; Abfall ist minimal und entsorge ich getrennt.

Als Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen habe ich mit zwei Rechnern meinen **Ökologischen Fußabdruck** erstellt:

*Mein Footprint – errechnet auf der Seite Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie: www.meinfu3abdruck.at

3,67 gha (Globale Hektar), Durchschnitt Österreich: 5,31 gha

Verteilung: Wohnen: 8,49%, Ernährung: 7,80%, Mobilität: 19,10%, Konsum: 23,69%, Grauer/Gesellschaftlicher Footprint: 29,04 %

*Mein Footprint – errechnet mit www.myfootprint.at

5,64 gha (Globale Hektar), Durchschnitt Österreich: 6,45 gha

Verteilung: Wohnen: 15,07%, Ernährung: 15,96%, Mobilität: 17,73%, Konsum: 10,64%, Grauer Footprint: 40,60%

Diese Umweltdaten werden mit GWÖ-Bericht und in Gesprächen veröffentlicht.

***Meine CO2-Bilanz** – errechnet mit www.klimaohnegrenzen.de **11,32 t** für 2019

Relevant: Benzinverbrauch, Heizenergie, Papierverbrauch, s.o.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Einsparen/Nichtfahren mit PKW um 10%

Zukunft: Mehr Bildung zu den widersprüchlichen „Thesen“ und meine eigene Meinung daraus zu bilden werden mein Verhalten beeinflussen.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet? ja

E4 TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?

*GWÖ-Bericht 2013 auf meiner website

*Bei öffentlichen Veranstaltungen der GWÖ in Druckversion

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Ich lasse in Workshops die Teilnehmer*innen bei Entscheidungen die Methode „Systemisches Konsensieren“ erleben, um das Thema Demokratie anders zu erleben und zu diskutieren.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet? Ja.

RÜCKBLICK

Als Beraterin ist mir auch der Rückblick auf die vorangegangene Beschäftigung mit dem GWÖ-Bericht und die Reflexion der Erfahrungen seither wichtig:

Mein Bewusstsein ist mit der jahrelangen Beschäftigung und mit der Schulung von Matrix 4.0, über 4.1 zu 5.0 sehr gewachsen.

Ich habe 2013 meine erste Bilanz in der peergroup mit Schirnhofer Feinkost und Kunsthaus Weiz erstellt. Seither bin ich als Unternehmer*in und als GWÖ-Aktive mit Karl-Heinz Schirnhofer und Joe König in freundschaftlichem Austausch zu den Entwicklungen in unseren Unternehmen und in der GWÖ. Ich habe von ihnen viel Unterstützung für Veranstaltungen für Unternehmer*innen-Treffen und auch Vermittlung von Beratungen, z.B. für das Matura-Projekt der HAK Weiz zur GWÖ bekommen.

Aus den zahlreichen Veranstaltungen mit Unternehmer*innen und rund um Vorträge von Christian Felber habe ich als GWÖ-Aktive in der Region und im internationalen Wirkungsraum der GWÖ viele Unternehmer*innen mit Herz und Initiative kennengelernt. Und ich habe viele Menschen mit politischem, ökologischem und spirituellem Bewusstsein kennengelernt, die immer mehr Freund*innen für Austausch und Wirkung werden.

Danke euch allen von der Grünen Erde, von Sonnentor, von MAKAvA, Andrea Behm, Gaby Belz, Isabella Klien, Sabine Lehner, Roland Jaritz, Manfred Kofranek, Manfred Jotter, Sue Duerr, Gerd Hofielen, Bridget Knapper, Christine Rod, Ralf Nacke, Armin Hipper, Lucie Lewandowski, Anke Schwind, Ralf Wagner, Jörn Wiedemann, Roland Wiedemeyer, Ruth Seliger, Anna Noe-Just, ...!

AUSBLICK

Kurzfristige Ziele

*Mitarbeit im Team der Organisationsentwicklung der internat. GWÖ-Bewegung bis Ende 2020

*Mitarbeit in Regionalgruppe und Verein Steiermark „zur Förderung der GWÖ“ in Organisation und bei Betreuung der Pionier-Unternehmen und bei Coaching für GWÖ-Bilanz-interessierter Unternehmen in der Steiermark

*2020: Erstellung meines zweiten GWÖ-Berichtes mit Matrix 5.0

*2020: Zertifizierung als GWÖ-Beraterin

Langfristige Ziele

*Zusammenwirken mit anderen zivilgesellschaftlichen und politischen Initiativen für regionale und österreichweite Entwicklungen und Veränderungen mit bewusster Gemeinwohl-Orientierung

*Kooperation mit den Beratungs-Kolleg*innen bei Österreich-Projekten

ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ MIT AUDITOR-BEGLEITUNG DER PEER-EVALUIERUNG

Ich habe meinen zweiten Bericht zur GWÖ-Bilanz selbst erstellt und diese Beschäftigung hat sich über mehrere Jahre erstreckt☺. Die Gründe waren seinerzeit die längerdauernde Weiterentwicklung der Matrix von 4.1 auf 5.0 bei meinem ersten Anlauf mit meinen peers Schirnhöfer und Kunsthaus Weiz. Stakeholder habe ich nicht aktiv beteiligt.

Ich danke meinen GWÖ-Beratungs-Kolleg*innen des Lernweges unter Leitung von Isabella Klien und Roland Wiedemeyer und meinen peers Ulli Fejer, Katharina Liebenberger und Robert Graf, die mit mir diesen zweiten Bericht mitgetragen haben.

Ich danke den Vortragenden und Kolleg*innen des 1. GWÖ-Online-Matrix-Kurses, mit denen ich die GWÖ-Matrix wieder tiefer verstehen lernte.

Aufwand: Arbeit, Treffen, Recherche und Schreiben: insgesamt geschätzt fünf Tage;

Reflexion meines unternehmerischen Verhaltens andauernd seit meinem ersten Bericht 2013.

Juni 2020

Ergänzung zum Prozess des Peer-Audits: Mit der Begleitung des Auditors Manfred Kofranek haben wir in einer Klausur von großzügigen eineinhalb Tagen als peergroup (s.o.) das Peer-Zertifikat auf Seite 5 als Ergebnis meines unternehmerischen Handelns in Zahlen bemessen. Im gesamten Prozess der Fragen und Antworten bis zum Audit steckt für mich der Wert der Gemeinwohl-Bilanz. Ich danke aus diesem erfüllenden Moment dem Matrix-Entwicklungs-Team und den Auditor*innen der Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung, die diesen Entwicklungsrahmen ermöglichen.

Juli 2020



ILSE LANG

Coaching ° Lebensberatung

Burnout-Prävention ° Raum für Entwicklung

