

SOUND))) STRATEGY

GEMEINWOHLBILANZ 2011



SOUND))) STRATEGY

Unternehmen

Firmenname:

SOUND STRATEGY, Dipl.-Ing. Herwig Kusatz, MBA

Branche:

Experte für zukunftsfähigen und gesundheitsfördernden Sound.

Anzahl der MitarbeiterInnen:

1

Tätigkeitsbereich

Seit 2005 Beratung und Durchführung von Sound Projekten.

Die ersten Projekte waren im Bereich der akustischen Markenführung zur Stärkung und Durchsetzung der Markenenergie.

Seit 2007 gibt es Zusammenarbeit mit Ärzten, um gesundheitsfördernde Massnahmen in allen Sound Projekten einzubringen. Durch mein Studium der Elektro- und biomedizinischen Technik an der TU Graz und Uni Graz, sowie Planung und Implementierung von Technik und Ablaufprozessen in Krankenhäusern im In- und Ausland ist hierdurch viel Know-How vorhanden.

Ehrenamtliches Engagement für Ärzte Ohne Grenzen, Gemeinwohl Ökonomie und Netzwerk Achtsame Wirtschaft, Wirtschaft der Freude und Senat der Wirtschaft (zirka 8 Stunden pro Woche). Hierbei ergeben sich hilfreiche Orientierungsrahmen bei der Ausrichtung der Tätigkeiten von Sound Strategy.

SOUND))) STRATEGY

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Ich verstehe Sound Strategy als „Akupunkturadel für den Hörsinn“, um mit akustischen Strategien bei der nachhaltigen Gesundung der Gesellschaft und deren Individuen mit dem Motto „Für hörbar gute Wirkung!“ mitzuwirken. Die drei Hauptfaktoren, beschrieben durch jeweils drei Eigenschaften, sind

STRATEGIE: relevant, klar, ganzheitlich

AKUSTIK: ästhetisch, vital, zeitlos

GESUNDHEIT: achtsam, freudvoll, gelassen

Nähere Informationen hierzu sind auf www.sound-strategy.com zu finden.

Die Projekte werden in partnerschaftlicher Zusammenarbeit und Feedback-Schleifen mit den Kunden und beteiligten Agenturen entwickelt und umgesetzt.

Genauere Beschreibung der einzelnen Kriterien

A1 Ethisches Beschaffungswesen

Ich arbeite nur mit Partnern, die meinem ethischen Anspruch entsprechen. D.h. Menschen und Umwelt sowie alle Wesen unseres Planeten achtsam behandeln und so ökologisch wie möglich agieren.

Durch die Tätigkeit als Unternehmensberatung beschränkt sich das Beschaffungswesen auf Büromaterial, Bewirtung, Bürogeräte, deren Betrieb, Energieverbrauch und Kommunikation. Bei der Produktion wird versucht mit möglichst wenig Hardware höchste Qualität zu erreichen. Dies ist durch das vorhandene technische Wissen und die heutigen Technologien machbar.

Das Büro ist Teil der privaten Wohnung und wird zur Zeit nicht unternehmerisch verrechnet. Hardware und Software entsprechen dem Stand der Technik. Software wird, wenn möglich, heruntergeladen, um auf Verpackung und Datenträger zu verzichten. Bei der Hardware wird auf lange

SOUND))) STRATEGY

Nutzung geachtet und wenn möglich danach an andere Menschen weitergegeben. Ein Greenpeace „Guide to Greener Electronics“ sowie Ökotest werden einbezogen.

Büromaterial wird im Hinblick auf ökologische Aspekte hin geprüft und beschafft. Es wird versucht, möglichst wenig Material selbst zu verbrauchen und auf gedrucktes Werbematerial zu verzichten. Bücher werden, wenn möglich als Ebooks besorgt.

Strom (von Ökostrom) und Gas (von Wien Energie) werden zur Zeit nicht unternehmerisch verrechnet. Der Verbrauch von Strom und Gas ist bewusst auf das Notwendigste beschränkt, unnötige Stromquellen wurden mit eigenen Schalteleisten versehen, so dass Geräte, wenn sie nicht gebraucht werden, dauerhaft ausgeschaltet sind und nur für den tatsächlichen Gebrauch eingeschaltet werden.

Eine Anfrage bezüglich ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit ist an den Internet- und Telekommunikationsanbieter gegangen. Durch die Antworten ist hier keine Differenzierung bei den Anbietern erkennbar.

Bewirtung und Selbstversorgung: Bei der Auswahl von Produkten wird auf vegane, vegetarische, biologische, regionale, ökologische, alkoholfreie Produkte und fairen Handel geachtet. Der Grossteil der Lebensmittel wird, wenn möglich, ein Mal die Woche am Bauernmarkt und Bio-Markt eingekauft.

B1 Ethische Finanzdienstleistungen

Ich habe seit dem Studium als Finanzpartner die Bank Austria. Hierbei verfügt Sound Strategy über ein Konto Geschäftskonto.

Es ist geplant, mittelfristig einen besseren Finanzpartner bezüglich ethischer, sozialer und ökologischer Aspekte zu wählen. Derzeit ist geplant, ein Konto bei der im Aufbau befindlichen Demokratischen Bank zu eröffnen, sobald dies möglich ist.

Das Fremdkapital ist Null Prozent.

C1 Arbeitsplatzqualität

Durch die Position und Selbstverantwortung besteht eine flexible Arbeitssituation, die es ermöglicht, sowohl Ziele als auch Zeiteinteilung eigenständig zu bestimmen, was herrlich ist. Der Arbeitsplatz ist auf meine persönlichen Vorlieben abgestimmt.

In manchen Projektphasen ergibt sich ein höheres Arbeitsaufkommen, in anderen ein geringes. Es gibt keine fixen Stundenwochen, sondern eine Vielzahl an Aufgaben mit hoher Selbstdisziplin. Die Arbeitszeit pro Woche variiert zwischen 30 und 60 Stunden. Durch Möglichkeit der Präsentation und Meetings vor Ort bei Lieferanten, Partnern oder Kunden ist die Barrierefreiheit immer möglich.

Für die Gesundheit dient tägliches Spaziergehen, Yoga und Meditation. Mit Contact Improvisation habe ich begonnen.

Es wurde ein 10-tägiges Meditations-Schweigeretreat, zwei Achtsamkeitstage, ein einwöchiges Alltagsretreat und Gesundheitsveranstaltungen (Jobbedingt :-)) besucht. Täglich gibt es zwei bis drei vegane selbstgekochte warme Mahlzeiten, an denen oft auch andere Menschen teilnehmen. Nutzung einer TCM Ernährungberaterin und einer TCM Ärztin.

Viele Stunden werden nicht als Arbeit sondern als Flowerlebniss wahrgenommen, da die Tätigkeiten mit Freude und als Selbstbestimmung erlebt werden.

Kooperationen werden nach ethischen Kriterien gewählt. Die Weiterbildung erfolgt durch Kongresse, Bücher, Internet, Austausch mit Kollegen, Kreativen und Medizinerinnen.

Das Leben kommt vor der Arbeit. Familie, gute Freunde und gesunder Geist. Ich arbeite gern auch für idealistische Ziele, um Impulse zu setzen und die im jeweiligen Netzwerk genutzt werden können.

C2 GERECHTE VERTEILUNG DES ARBEITSVOLUMENS

Meine Arbeitszeit pro Woche variiert zwischen 30 und 60 Stunden. Hier sind meine ehrenamtlichen Tätigkeiten inkludiert.

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Ökologisches Verhalten hat für Sound Strategy einen hohen Stellenwert.

Im Hinblick auf die Mobilität ist festzuhalten, dass für alle Tätigkeiten

- das Fahrrad (70%)
- öffentliche Verkehrsmittel (20%)
- geliehenes Auto (10%)

benutzt werden.

Flüge erfolgen selten und nur dann, wenn andere Verkehrsmittel wirklich unsinnig erscheinen. Im Bemessungszeitraum hat es einen Flug nach Hamburg (Kongress) und Berlin (Projekt) gegeben. Bei Veranstaltungen, Konferenzen oder Workshops deren Veranstaltungsort mit der Bahn nur schwer erreichbar ist, werden auch PKW Fahrgemeinschaften gebildet.

Darüber hinaus kommt hier auch das energiesparende Verhalten und biologisch ökologisch nachhaltige Lebensmittelbeschaffung zum Tragen, siehe Pkt. A1. Nachhaltige Zeitschriften zum Konsum, wie zum Beispiel Eve oder Schrott und Korn werden regelmässig gelesen.

Der derzeitige ökologische Fussabdruck beträgt 3,7 global Hektar. Siehe <http://www.mein-fussabdruck.at>

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

Kriterium trifft auf Grund der Größe des Unternehmens zur Zeit nicht zu.

C5 GLEICHSTELLUNG / INKLUSION BENACHTEILIGTER

Kriterium trifft auf Grund der Größe des Unternehmens zur Zeit nicht zu.

C6 INNERBETRIEBLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Kriterium trifft auf Grund der Größe des Unternehmens zur Zeit nicht zu.

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Auf eine wettbewerbsorientierte Akquisition wird verzichtet.

Der Fokus liegt auf der Empfehlung durch Kooperationspartner, Zeitungsartikel und Aufzeigen der Qualität durch Auszeichnungen. Da ich immer öfters zu Best-Practice Vorträgen eingeladen werde, um über den nachhaltigen Einsatz von Sound zu sprechen, kommen auch hierüber Mensch auf mich zu. Die Gesaltung erfolgt immer unter starker Einbeziehung des Kunden. Zufriedene Kunden können von einer optimalen Beratungs- und Umsetzungsleistung weitererzählen. Ich gehe aktiv auf gemeinwohl orientierte und achtsame Unternehmer/innen zu, um mich mit diesen zu vernetzten, zu kooperieren und zu arbeiten. Sowohl als „Lieferant“, Partner und/oder „Kunde“.

Unternehmen, die aus meiner Sicht, ethische oder ökologisch inakzeptable Produkte oder Dienstleistungen anbieten, wie zum Beispiel Waffen, Drogen oder Tiere töten werden nicht betreut. Z.B. war im Bemessungszeitraum eine Anfrage für ein Sound Projekt, um den Verkauf von Zigaretten zu steigern sowie von einer Fleischhauerei, welche abgelehnt wurden.

Preise entstehen durch gutes Zuhören und Abschätzen der Aufwände. Für Kunden dient die Webseite des ComposersClub als Ausgangspunkt für Preise bei Lizenzierungen von Musik.

Es besteht die Homepage www.sound-strategy.com, die Informationen über das Unternehmen zur Verfügung stellt.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Ich gebe Wissen an Universitäten, in Fachbeiträgen, Seminaren und Vorträgen weiter. Dies geschieht weiters im Rahmen von Kooperationen und Arbeitskreisen mit Mitunternehmern. Hierbei wird vorhandenes Knowhow eingebracht. Es besteht zum Beispiel ein sehr schönes ,

SOUND))) STRATEGY

freundschaftliches und respektvolles Sound Projekt mit einem Mitunternehmen für ein Krankenhaus in Berlin.

Die Vernetzung mit Mitunternehmen (oft auch nach altem Stil Mitbewerber genannt ;-), die im Gespräch einen Sinn für Gemeinwohl erkennen lassen, wird von mir vorangetrieben.

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Sound Strategy erbringt Beratungsleistung und produziert Sound für die betreuten Projekte. Es wird ausführlich auf Vermeidung von Lärm und hohe Lautstärken geachtet. Zum Beispiel wurde bei einer Fachtagung zum Thema Point of Sale den Verantwortlichen die derzeitige teilweise unmenschliche Lärm- und Klangkulisse vor Ohren geführt und Lösungen aufgezeigt.

Gesundheitsfördernder Sound wird immer berücksichtigt. Schon bei der Konzeption wird die ökologische Implementierung (Wo, für wenn, wie lange und mit was?) berücksichtigt. Die Konzeption und Implementierung erfolgen unter Berücksichtigung von natur-, sozialwissenschaftlichen und medizinischen Studien beziehungsweise unter Einbeziehung von Medizinern und Experten.

Die Wichtigkeit und sinnvolle Integration von Stille wird betont.

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Für die NGOs und für gemeinwohltätige Organisationen wird ehrenamtlich/unentgeltlich gearbeitet. Tätigkeiten (Konzeption und Betreuung des MSF Sounds) und Aufwendungen für Ärzte Ohne Grenzen wurden unentgeltlich erbracht.

Der unermüdliche Einsatz für die Nutzung von gesundheitsfördernden Sounds in Krankenhäusern und sozialen Einrichtungen ist ein wichtiger Teil der Aufklärungsarbeit von Sound Strategy.

Bei der Gestaltung werden die speziellen Bedürfnisse der Anwender wie zB Hörbeeinträchtigungen oder Krankheitsbilder berücksichtigt und Alternativen für die

Betroffenen angeboten, um somit mögliche Zugangsbarrieren zu reduzieren.

Soundmanuals werden den Verantwortlichen mit umfangreichen Informationen und sinnvollen Einsatztipps zur Verfügung gestellt.

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Ich mache KooperationspartnerInnen und andere Unternehmen auf die GWÖ Bewegung und weitere soziale und ökologische Bewegungen und Netzwerke aufmerksam.

E1 GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG / BEDEUTUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Meine Leistungen sind sehr SINNVoll. Sie dienen hörbar der Wertschätzung, Identifizierung, Wiedererkennung, Verständigung, Erreichbarkeit, Aufklärung, Sicherheit, Klarheit, Empathie und Orientierung.

Entsprechend der Ausrichtung und Zieldefinition werden durch die Leistungen von Sound Strategy Entwicklungen in Organisationen gefördert, die auf klaren, sinnbringenden Werten basieren und somit Zukunftsfähigkeit in Organisationen und der Gesellschaft unterstützen.

Akustisch sinnstiftende Maßnahmen in Organisationen zu setzen, erachtet ich als positiven gesellschaftlichen Beitrag, der sich durch die Tätigkeitsausrichtung an sich ergibt. In diesem Punkt erlebe ich mich als Leader, im Sinne von Vorreiter, da ich oft noch als Spinner wahrgenommen werde, die Thematik für die meisten nicht verstanden wird, obwohl ich auf unzählige Tatsache und Studien zum Thema Sound und Gesundheit aufmerksam mache und verweise.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Runde acht Stunden pro Woche werden für ehrenamtliches Engagement, wie Ärzte ohne Grenzen, Gemeinwohl Ökonomie, Netzwerk Achtsame Wirtschaft, Sentat der Wirtschaft und Wirtschaft der Freude eingesetzt.

Konkrete Zielsetzung für die nächsten Jahre ist es, auf Basis eigenen organischen Wachstums, andere Personen

einstellen zu können und somit weitere sinnvolle Arbeitsplätze zu schaffen.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Siehe Punkte C3 und D3.

E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE

Es werden keine Gewinne an Externe ausgeschüttet.

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Informationen zu Sound Strategy sind via Internet auf der Homepage www.sound-strategy.com abrufbar. Mit diesem Gemeinwohl-Bericht bin ich als EPU sehr transparent.

Mitbestimmung findet durch mein Wirken in den unter E2 genannten Netzwerken statt.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Die nächsten Ziele sind die Webseite informativer und professioneller zu gestalten. Die Kooperation mit achtsamen, freudvollen, gemeinwohlorientierten Organisationen wird verstärkt.

Langfristige Ziele

Durch Sound Bewusstsein, Selbstheilung und Empathie für innere und äussere Prozesse verantwortungsvoll zu unterstützen.

Für eine Welt ohne Gier, Abneigung und Unwissenheit. Für Achtsamkeit, Freude und Gelassenheit)))

Gemeinwohl-Matrix mit Punkten

Siehe nächste Seite

PROZESS DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-Bilanz

Welche Mitarbeiter waren bei der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz und des Gemeinwohl-Berichts vom Unternehmen involviert?

Dipl.-Ing. Herwig Kusatz, MBA

Über welchen Zeitraum wurden diese erstellt? Wie viele Arbeitsstunden wurden verwendet?

In etwa 28 Stunden (über einen Zeitraum von einem halben Jahr verteilt)

Wie wurde die Bilanz bzw. der Bericht intern kommuniziert?

Dieses Kriterium trifft in der gegenwärtigen Größe des Unternehmens nicht zu.

Audit

Auditiert von Christian Rüther.

Wien, am 21. Februar 2012

SOUND))) STRATEGY

Mit regenerierender Stille

und wohltuendem Sound)))