

# FOHLENHOF ASTNER

A-9782 Nikolsdorf

Landwirtschaftlicher Betrieb

[www.fohlenhofastner.at](http://www.fohlenhofastner.at)

Berichtszeitraum: 2019/2020

Matrix 5.0 Kompaktbilanz



## **Inhaltsverzeichnis**

<b>Einleitung</b>	
Gemeinwohl-Matrix	3
Allgemeine Informationen zum Unternehmen	3
Kurzpräsentation des Unternehmens	4
Produkte und Dienstleistungen	5
Das Unternehmen und Gemeinwohl	5
<b>Ergebnis des Audits: Testat</b>	<b>8</b>
<b>Indikatoren Gruppe A - LieferantInnen</b>	<b>9</b>
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	10
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	13
A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette	15
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	18
<b>Indikatoren Gruppe B - Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen</b>	
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	21
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	22
B4 Eigentum und Mitentscheidung	23
<b>Indikatoren Gruppe C - Mitarbeitende</b>	
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	24
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	29
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	31
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	34
<b>Indikatoren Gruppe D - Kund*innen und Mitunternehmer*innen</b>	
D1 Ethische Kundenbeziehung	35
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	40
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	43
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	48
<b>Indikatoren Gruppe E - Gesellschaftliches Umfeld</b>	
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	50
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	52
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	55
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	59
<b>Beschreibung des Prozesses: Erstellung des Gemeinwohl-Berichts</b>	<b>60</b>

# Einleitung

## Gemeinwohl-Matrix

Die *Gemeinwohl-Matrix* ist ein Modell zur Organisationsentwicklung und Bewertung von unternehmerischen wie auch gemeinnützigen Tätigkeiten. Sie beschreibt 20 *Gemeinwohl-Themen* inhaltlich und gibt Anleitungen zur Bewertung nach *Gemeinwohl-Maßstäben*. Die *Gemeinwohl-Matrix* ist die Basis für die Erstellung eines *Gemeinwohl-Berichts*, einer umfassenden Dokumentation der *Gemeinwohl-Orientierung* einer Organisation.

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

Abbildung 1 *Gemeinwohlmatrix* © *Gemeinwohl-Ökonomie*

## Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Fohlenhof Astner  
 Rechtsform: landwirtschaftlicher Betrieb  
 Eigentums- und Rechtsform: Privateigentum, Familienunternehmen  
 Website: [www.fohlenhofastner.at](http://www.fohlenhofastner.at)  
 Branche: Landwirtschaft  
 Firmensitz: A-9782 Nikolsdorf  
 Gesamtanzahl MA: 4  
 Vollzeitäquivalente: 1,8  
 Tochtergesellschaften/  
 verbundene Unternehmen: Keine

## *Kurzpräsentation des Unternehmens*

*Der Fohlenhof in Nikolsdorf bei Lienz ist ein landwirtschaftlicher Bio-Betrieb (BIO AUSTRIA zertifiziert) und wird heute in dritter Generation geführt. Bereits 1944 hatte Bernhard Astner's Großvater den Betrieb im Rahmen der Südtiroler Umsiedlung gekauft. Seit Anbeginn wird der Hof im Vollerwerb bewirtschaftet. Die ersten Jahrzehnte standen ganz im Zeichen der Norikerzucht, worauf der Name „Fohlenhof“ gründet. Ackerbau und Viehhaltung prägen seit Generationen das Leben des vielfältigen Familienbetriebes. Wir, Sylvia und Bernhard, leben und arbeiten hier gemeinsam mit unseren 4 Kindern und Bernhard's Eltern.*

*Die Produktion und Vermarktung hochwertiger LEBENSMittel zählt zu den Hauptbetriebszweigen. Neben Getreideprodukten, Buchweizen, Speisemais, Kartoffeln und Rindfleisch haben wir uns auf den Anbau, Veredelung und die Vermarktung von Nutzhanf als heimisches „Superfood“ spezialisiert. Unsere Produkte werden direkt ab Hof an Endverbraucher\*innen und den regionalen Lebensmitteleinzelhandel verkauft. Weitere Standbeine sind der Anbau von Saatkartoffeln, die Saatgutvermehrung von alten Getreidesorten in Zusammenarbeit mit der Tiroler Umweltschutzgesellschaft und der Verkauf von Futtermitteln an umliegende Bauern.*

*Als ehemaliger Noriker-Zuchtbetrieb haben wir uns 2019 für den Wiedereinstieg in die Pferdehaltung mit Pensionspferden im Offenstall entschieden. Dieser Betriebszweig befindet sich noch in der Umbauphase.*

*Der überbetriebliche Einsatz unserer (Spezial-)Maschinen sowie die professionelle Schneeräumung und Grünraumpflege (gewerblich) ergänzen das Angebot des Betriebes. Ein Teil der Eigenfläche wird als Sondernutzung Flugplatz an den ÖAMTC Flugrettungsverein und die Flugplatz Lienz-Nikolsdorf Betriebs-GesmbH verpachtet.*

*Als Expertin für feinstoffliche Ebenen und ganzheitliche Lebensweise hat sich Sylvia Astner zudem auf die Begleitung von Bäuerinnen und bäuerlichen Familien spezialisiert. „BAUERFRAU - Die Bäuerin der neuen Zeit“ ist ein ganzheitlicher, naturspiritueller Zugang zu den Herausforderungen, die das Leben und Arbeiten auf einem landwirtschaftlichen Familienbetrieb mit sich bringt (derzeit im Aufbau). Betriebsbesichtigungen und Bildungsaktivitäten zu diversen landwirtschaftlichen und ernährungsbezogenen Themen für Erwachsene und Schüler\*innen/Student\*innen runden das Angebot ab.*

## Produkte / Dienstleistungen

### \* Direktvermarktung:

- Speisemais (Polenta, Maismehl)
- Getreide (Roggen, Dinkel) und Buchweizen
- Speisekartoffel
- Nutzhanf (Hanfsamen, Hanfsamenöl, Hanfmehl)
- Rindfleisch (Bio-Almochse)

### \* Saatgutvermehrung:

- Kartoffel
- Getreide (alte Sorten)

### \* Futtermittel:

- Grünfutter
- Futtermais
- Futtergetreide

### \* Pensionstierhaltung

- Pferde (Offenstall in Gruppenhaltung)
- Zwergziegen (Winterquartier Streichelzootiere)

### \* Betriebsführungen

### \* Überbetrieblicher Maschineneinsatz

### \* Schneeräumung/Grünraumpflege (gewerblich)

### \* Vorträge, Seminare, Workshops:

- Hanf
- „Bauerfrau - die Bäuerin der neuen Zeit“
- Weitere Themen nach Bedarf

### \* Camping-Stellplätze (internat. Konzept: „Tausche Stellplatz gegen Kundschaft“)

### \* Vermietung/Verpachtung landw. Fläche (Flugplatz Lienz-Nikolsdorf und ÖAMTC Rettungshubschrauber)

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

Wir betrachten es als ein großes Privileg, ein Stückchen Erde bewirtschaften zu dürfen, LEBENSmittel von möglichst hoher Qualität anzubauen und so unseren Beitrag für das große Ganze zu leisten. Der ganzheitliche Ansatz spielt dabei eine zentrale Rolle. Die Werte der GWÖ decken sich in hohem Maß mit unseren Werten. Ein gesunder landwirtschaftlicher Betrieb kann unserer Meinung nach viele

Lösungsansätze und Antworten für die Probleme und Fragen unserer Zeit liefern:

- hochwertige heimische Lebens- und Genussmittel
- Kreislaufwirtschaft, Biodiversität, ökologische Nachhaltigkeit
- das Zusammenleben mehrerer Generationen unter einem Dach als WIN-WIN für alle Beteiligten
- soziale Landwirtschaft
- Gesundheitsförderung, Entschleunigung
- Schaffung von Arbeitsplätzen
- Bildung und Bewusstseinsbildung...

Respekt und Achtsamkeit gegenüber Mensch, Tier und Natur zählen zu den obersten Prinzipien des Lebens und Arbeitens am Fohlenhof. Die Gemeinwohl-Ökonomie bietet den entsprechenden Rahmen dafür. Wir von Fohlenhof Astner sind mehr denn je bestrebt, uns mit den Werten der GWÖ als Unternehmen am Markt klar zu positionieren und so auch über die Landwirtschaft hinaus einen Wandel hin zu mehr Menschenwürde, Tierwohl, ökologischer Nachhaltigkeit und Transparenz mitzugestalten.

In den letzten beiden Jahren vor der Re-Bilanzierung spielten folgende Aktivitäten eine zentrale Rolle:

- Zertifizierung Biologische Wirtschaftsweise 1.1.2019
- Beitritt zum Verband BIO AUSTRIA 2020
- Zertifikatslehrgang „Bodenpraktiker für das Ackerland“ (Bernhard)
- Zertifikatslehrgang „Gesundheit fördern am Hof“ (Sylvia)
- Zertifikatslehrgang „Reitpädagogische Betreuung nach Dell'mour“ (Sylvia)
- Anbau alter Getreidesorten (in Kooperation mit der Tiroler Umweltschutzgesellschaft)
- Anbauversuch Kichererbsen
- Beikrautregulierung/Bodenverbesserung/Humusaufbau durch Untersaat
- Zukauf Bodenfräse und Vario-Striegel zur Optimierung von Bodenqualität, Humusaufbau
- Errichtung einer PV Anlage mit Speicher
- Umstellung Betriebszweig Rinderhaltung von Mast-Stieren zur Bio-Almochsen und Reduktion der Stückzahl

- Ausbau der Kooperation mit regionalen Partnern v.a. im Lebensmitteleinzelhandel
- Neuer Betriebszweig Offenstall für Pferde in Gruppenhaltung
- Freiwillige betriebswirtschaftliche Aufzeichnungen (Beitritt zum Arbeitskreis Unternehmensführung LFI Kärnten)
- Intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Finanzpartner\*innen, Kreditwesen, Finanzierung, Fremdwährung
- Einleitung Bankwechsel, Kredittilgung und Umschuldung CHF
- Wechsel Steuerberater
- Wechsel Stromanbieter (=> GWÖ-bilanzierendes Unternehmen KFD, Stmk.)
- Ehrenamtliche Tätigkeit im Tiroler GWÖ-Verein, gewähltes Mitglied im Koo-Team, Sprecherin Regionalgruppe Osttirol (Sylvia)
- Impulse bzgl. GWÖ bei diversen Partnerbetrieben, Kund\*innen, in sozialen Medien, Verbreitung der GWÖ-Vision im privaten Umfeld
- Ausbau bzw. Optimierung des Angebots BAUERFRAU - DIE BÄUERIN DER NEUEN ZEIT
- Camping Stellplätze im Rahmen von „Tausche Stellplatz gegen Kundschaft“

Kontaktperson:

Sylvia Astner +43 (0)664 38 36 858, Bernhard Astner +43 (0)664 14 14 122

[willkommen@fohlenhofastner.at](mailto:willkommen@fohlenhofastner.at)



<b>Testat:</b>	<b>Externes Audit</b>	<b>Gemeinwohl-Bilanz</b>	<b>Fohlenhof Astner</b>
	<b>M5.0 Kompaktbilanz</b>	<b>2019-2020</b>	Auditor*In: <b>Manfred Kofranek</b>

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>Berührungsgruppe</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Lieferkette:  30 %	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette:  30 %	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette:  80 %	<b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette:  20 %
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	<b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  10 %	<b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  30 %	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:  30 %	<b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung:  10 %
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz:  90 %	<b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge:  30 %	<b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:  70 %	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:  90 %
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1</b> Ethische Kund*Innenbeziehungen:  50 %	<b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern:  60 %	<b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:  80 %	<b>D4</b> Kund*Innen Mitwirkung und Produkttransparenz:  30 %
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:  80 %	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen:  20 %	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen:  30 %	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:  40 %
			Testat gültig bis: <b>31.10.2023</b>	<b>BILANZSUMME: 463</b>

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.  
 TestatID: mhv4p  
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)



## Indikatoren Gruppe A - LieferantInnen

Als landwirtschaftlicher Biobetrieb basiert unsere Arbeit auf bestmöglicher Kreislaufwirtschaft. Pflanzenbau und Tierhaltung sind eng miteinander verbunden. Das Grundfutter (Heu, Futtermais, Futtergetreide) für alle unsere Tiere - sowohl eigene als auch Pensionstiere - wird nahezu ausschließlich auf unserem Betrieb angebaut/geerntet. Zudem verwerten wir Nebenprodukte aus der hofeigenen Lebensmittelproduktion, die nicht für den menschlichen Verzehr geeignet oder überschüssig sind, als hochwertige Futterquelle für unsere Kleintiere (100% Eigenproduktion, kein Kraftfutterzukauf). Die Anzahl an gehaltenen Tieren orientiert sich mittlerweile an der Verfügbarkeit betriebseigener Futtermittel.

Der Dung der Tiere wird in Form von Mist und Jauche wiederum zu 100% auf die eigenen Felder ausgebracht, dient dort als wertvoller biologischer Dünger der Bodenfruchtbarkeit, der Pflanzennahrung und der Ernährung der Bodenlebewesen. Saatgut wird, wo möglich bzw. rechtlich erlaubt, betriebsintern erzeugt.

In Bezug auf Maschinen und (maschinelle) Anlagen achten wir auf bestmögliche Servicierung, Reparatur und Verlängerung der Nutzungsdauer. Hinsichtlich der Energieversorgung beziehen wir Wasser aus dem hofeigenen Grundwasserbrunnen, Warmwasser über Solaranlage und Strom aus der neuerrichteten 12,6 KW PV-Anlage inkl. 11 KW Speicher.

Bei zugekauften Produkten und Dienstleistungen versuchen wir die Zulieferkette so kurz wie möglich zu halten, direkt bei Produzenten einzukaufen und regionale Anbieter zu bevorzugen, was zum einen seit vielen Jahren fester Bestandteil des Einkaufsverhaltens ist (z.B. Rinderzukauf ausschließlich aus Osttirol/Oberkärnten) und zum anderen mit zunehmender Gemeinwohlorientierung bewusst umgesetzt wird.

## A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

<i>Bezeichnung</i>	<i>Betrag</i>	<i>Anteil</i>
Saatgut	10.738,82	9,20%
Stiere Zukauf	8.750,00	7,50%
Alp-Kosten	996,24	0,85%
Zukauf Ferkel	286,62	0,25%
Rauhfutter Pferde	2.870,00	2,46%
Tiergesundheit	760,93	0,65%
Streumittel	3.428,62	2,94%
Verbrauchs- u. Hilfsmaterial	5.801,41	4,97%
Betriebsessen, Getränke	780,00	0,67%
Brennstoffe	1.000,00	0,86%
Diesel	9.459,57	8,11%
Diesel Winterdienst Gewerbe	1.226,34	1,05%
Treibstoff PKW	875,11	0,75%
Strom	486,00	0,42%
Strom Hangar	144,00	0,12%
Landw. DL	7.597,17	6,51%
Geringwertige Wirtschaftsg.	327,58	0,28%
Instandhaltung Grundverb.	271,31	0,23%
Instandhaltung Maschinen	19.351,06	16,58%
Instandhaltung PKW betr.	2.272,01	1,95%
Telefon	433,80	0,37%
Pacht für landw. Flächen	1.344,20	1,15%
Marketing und Werbung	835,80	0,72%
Direktvermarktung	30.604,19	26,23%
Entsorgungsausgaben	829,02	0,71%
Mitgl.Beitr., Kontrollgeb.	1.441,95	1,24%
Büroaufwand	420,70	0,36%
Beratung, Fortbildung	3.348,50	2,87%
<b>SUMME</b>	<b>116.680,95</b>	<b>100,00%</b>

### *Auswahlkriterien Lieferant\*innen:*

Ein Großteil unseres zugekauften Saatguts wird von österreichischen Produzenten über den heimischen Saatguthandel bezogen. Alte Sorten (z.B. Waldstauderoggen, Chrysanth-Hanseroggen) beziehen wir über die Tiroler Umweltschutzgesellschaft. Hanfsaatgut lt. EU-Sortenverzeichnis - nur eingeschränkte Lieferant\*innenwahl möglich: Frankreich zählt zu den führenden Ländern im legalen Hanfanbau, somit kommt Hanfsaatgut zumeist von französischen Produzenten und wird über den Südtiroler Saatguthändler BEIKIRCHER (Filiale Lienz) bezogen. Nachbau eigenen Saatguts ist derzeit aus rechtlichen Gründen nicht möglich, da der THC-Gehalt über die erlaubte Höchstmenge steigen würde. Hauptkriterien beim Saatgutkauf sind **Bio-Zertifizierung, Verfügbarkeit, Sortenwahl und rechtliche Rahmenbedingungen.**

### *Regionalität:*

Um für die Tiere die Transportwege möglichst kurz zu halten und die heimische Landwirtschaft zu stärken, beziehen wir Rinder im Alter von 6 Monaten seit dem Einstieg in die Rindermast 2007 ausschließlich von osttiroler/oberkärntner Betrieben. Wir möchten an dieser Stelle ausdrücklich darauf hinweisen, dass der regionale Rinderkauf nicht branchenüblich ist.

Der Bedarf an zugekauftem Stroh ist in den vergangenen Jahren deutlich gesunken und kann mittlerweile vorwiegend aus der Region Lienzer Talboden bezogen werden. Sägemehl für die Pensionspferdehaltung liefert ein regionales Sägewerk.

Der Kauf landwirtschaftlicher Dienstleistungen richtet sich nach **Spezialisierung bzw. Kompetenz** mit besonderem Augenmerk auf **ökologische Nachhaltigkeit** (z.B. bodenschonende Bearbeitung). In Bezug auf handwerkliche Dienstleistungen blicken wir auf langjährige Zusammenarbeit mit Schmiede, Elektriker, Installateur... zurück. **Handschlagqualität, Vertrauensverhältnis und Verlässlichkeit** stehen hier an oberster Stelle. Die **Spezialisierung auf landwirtschaftliche Fragen** hat uns 2019 zum Steuerberater-Wechsel bewogen.

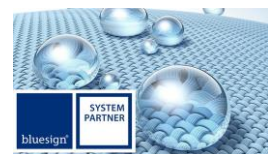
Lieferant\*innen-Auswahlkriterium für die Instandhaltung unseres Fuhrparks ist die **Markenspezialisierung**. Beim Kauf von Neu- bzw. Gebrauchtmaschinen zählt wiederum **Vertrauensverhältnis und Handschlagqualität**, vorrangig **Produktqualität** beim Dieseldieselkauf.

**Gemeinwohlorientierung** nimmt einen immer größeren Stellenwert in unserer Lieferant\*innenwahl ein: Etiketten für die Direktvermarktung liefert uns seit 2019 das gemeinwohbilanzierende Unternehmen GREEN PRINT OSTTIROL. Unsere 2019 neu errichtete PV-Anlage (12,6KW + 11KW Speicher) wurde vom GWÖ-Betrieb SUN.e-SOLUTION errichtet. Stromanbieter ist seit 2019 das steirische GWÖ-Unternehmen KFD.

Unsere Lieferanten für Verpackungsmaterial (Etivera) und Arbeitskleidung (Engelbert Strauss) haben sich auf die Bedürfnisse von landwirtschaftlichen Betrieben spezialisiert. Zentrale Kaufentscheidung ist hier u.a. **Qualität, Preis-Leistungsverhältnis und Verfügbarkeit**. Im Zuge unserer Recherchen zur GWÖ-Bilanz ist uns v.a. unser Lieferant für Arbeitskleidung in Bezug auf sein soziales Engagement positiv aufgefallen (<https://www.engelbert-strauss.de/Nachhaltigkeit>).

Zu unseren wesentlichen Lieferant\*innen zählen zusammengefasst hauptsächlich regionale (Familien-)Betriebe und Klein(st)unternehmen sowie Lieferant\*innen aus Österreich, in sehr geringem Maße aus dem europäischen Ausland (z.B. Hanf). Wir können somit bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette größtenteils nicht verletzt wird. Hinsichtlich Treibstoff und Maschinenproduktion ist es uns angesichts komplexer globaler Produktionsprozesse nicht möglich, die gesamte Zulieferkette zu evaluieren bzw. Verletzungen der Menschenwürde auszuschließen.

*Zertifikate der zugekauften Produkte und Dienstleistungen:*



**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Vertiefende Recherche in der Zulieferkette inkl. Erwägung alternativer Lieferant:innen und Wechsel (Strom, Druckerei, lw. Dienstleistungen, Steuerberater)
- Auftragsvergabe an GWÖ-bilanzierende Unternehmen (GPO, sun.e-solution, KFD), die ihrerseits eine die Menschenwürde fördernde Arbeitsplatzpolitik betreiben und eine an der Menschenwürde orientierte Beschaffung verfolgen.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Verringerung des Treibstoffverbrauchs
- zunehmende Unabhängigkeit von fossilen Brennstoffen und somit von globalen Produktionsprozessen mit tlw. massiven Verletzungen in der Menschenwürde (evtl. heimisches/hofeigenes Rapsöl als Alternative)
- umfassende Einkaufsrichtlinien ausarbeiten

**A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette**

Wir können bestätigen, dass die Menschenwürde bei kurzen Zulieferketten (Rinder, Dienstleistungen, Saatgut, Stroh) bei den wesentlichen Lieferant\*innen nicht verletzt wird.

Verletzungen der Menschenwürde können allerdings v.a. beim Zukauf von Diesel nicht ausgeschlossen werden. Beim Zukauf von Maschinen und Traktoren versuchen wir durch möglichst langjährige Nutzung vor allem den Bedarf zu senken.

**A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette**

Unser direkter Einfluss auf die Gestaltung eines fairen und solidarischen Umgangs der Beteiligten miteinander beschränkt sich auf Grund der Größe des Betriebs auf die unmittelbaren Lieferant\*innen. Im direkten Gespräch versuchen wir v.a. durch das bessere Kennenlernen unserer Lieferant\*innen eventuell vorhandene Risiken und Missstände zu evaluieren. Außerdem ist es uns besonders wichtig, durch das eigene Verhalten auf das Thema aufmerksam zu machen.

Zu unseren Lieferant\*innen zählen u.a. auch Kolleg\*innen derselben Branche. Ihnen gegenüber möchten wir v.a. durch eine sachliche und vorbildliche Sensibilisierung Einfluss auf zunehmende Solidarität und Gerechtigkeit nehmen. Gerade in bäuerlichen Familienbetrieben dominieren oftmals noch sehr patriarchale Strukturen, veraltete Welt- und Rollenbilder. Mit ihrem Angebot „BAUERFRAU - Die Bäuerin der neuen Zeit“ greift Sylvia u.a. diese Themen auf und unterstützt einen dementsprechenden Bewusstwerdungs- und Transformationsprozess. Ziel ist eine höhere Wertschätzung von Frauen innerhalb der Landwirtschaft bzw. des weiblichen Zugangs zu bestimmten Themen. Zudem legt sie den Schwerpunkt auf die Verbundenheit von Menschen untereinander, von Mensch und Tier, von Mensch und Natur. Das Bewusstsein, dass alles mit allem verbunden ist, beeinflusst betriebliche Entscheidungen, fördert Chancengleichheit und einen solidarischen und gerechten Umgang miteinander, weit über die Gruppe der Lieferant\*innen hinaus.

Risiken und Missstände hinsichtlich Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette beeinflussen in sehr geringem Maße unserer Kaufentscheidung, zumal diese im regionalen Einkauf (Osttirol, Österreich, Europa) deutlich geringer sind als auf globaler Ebene. Im Rahmen von Gesprächen mit unmittelbaren Lieferant\*innen thematisieren wir regelmäßig Werte wie Fairness, Solidarität und Gerechtigkeit. Diesen Anteil seriös in Zahlen auszudrücken ist uns derzeit allerdings nicht möglich. Auch der Anteil der Produkte und Rohwaren, die ein eingetragenes Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, beschränkt sich auf den Anteil an Arbeitskleidung bei der Firma Engelbert Strauss (FAIR WAIR FOUNDATION). Drei unserer Lieferant\*innen sind gemeinwohlbilanzierende Unternehmen, die ihrerseits eine an Solidarität und Gerechtigkeit orientierte Beschaffung und Solidarität und Gerechtigkeit fördernde Arbeitsplatzpolitik betreiben (siehe A1).

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Lieferant\*innenwechsel (Etikettendruck, Stromanbieter) hin zu GWÖ-bilanzierenden Unternehmen
- Auftragsvergabe PV Anlage und Speicher an GWÖ-bilanzierendes Unternehmen (sun.e-solution)
- Aktive Thematisierung bei regionalen Lieferant\*innen

- Beginnende Evaluierung von Risiken und Missständen bei einzelnen Großunternehmen (Etivera - Verpackungsmaterial, Engelbert Strauss - Berufskleidung)

#### **Verbesserungspotenzial/Ziele:**

- Vertiefende Evaluierung Lieferant\*innen

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

Wir können bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nach den Gesichtspunkten der Vollbilanz nicht verletzt werden. Außerdem besitzen wir keinerlei Marktmacht, die es auszunützen gäbe.

#### **A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette**

Die Umstellung zur biologischen Wirtschaftsweise war die logische Konsequenz unserer Erfahrung und Entwicklung. Nach zweijähriger Umstellungszeit sind wir seit 1.1.2019 biozertifiziert und seit 2020 Mitglied beim österreichischen Bio-Verband BIO AUSTRIA.

- Zugekauftes Saatgut trägt zu 50% das Österreichische Bio-Siegel. Wenn eine bestimmte Sorte nicht in Bio-Qualität verfügbar ist, kann um Verwendung von konventionellen Sorten (ungebeizt) angesucht werden. Das betrifft in unserem Betrieb den Zukauf von Hanf und den Zukauf von Saatkartoffeln, die zur Saatgutvermehrung lt. Vertrag mit der Raiffeisen Genossenschaft Osttirol zugelassen sind. Unsere Ernte gilt entsprechend den Richtlinien von Bio-Austria als bio-zertifiziert.
- Zugekauftes Getreidesaatgut zählt zu den alten Getreidesorten und werden in Zusammenarbeit mit der Tiroler Umweltschutzsachverständigenvereinigung zum Sortenerhalt und zur Saatgutvermehrung angebaut.
- Zugekaufte Rinder (mittlerweile nur mehr ca. 10 Stück/Jahr) stammen ausschließlich von Biobetrieben im Umkreis von ca. 50km (Osttirol, Oberkärnten). Wir weisen darauf hin, dass dieses Einkaufsverhalten nicht branchenüblich ist. Österreichische Mastbetriebe kaufen ihre Rinder u.a. auch aus Rumänien, Polen... zu.

- Der Strohverbrauch ist in Folge der Reduktion von ursprünglich 120 Rindern (2007) auf mittlerweile 20 Bio-Almochsen deutlich gesunken, kann zu ca. 80% aus eigener Produktion abgedeckt werden und wird ggf. von heimischen Betrieben ergänzt. Einstreu für die Einstellpferde: Stroh aus Eigenproduktion und Sägemehl von einem benachbarten Sägewerk.
- Der Zukauf von Handelsdünger, chem. Spritzmitteln... hat sich durch die Bio-Umstellung auf Null reduziert.

Ökologische Risiken entlang der Zulieferkette von dieselbetriebenen Traktoren sind uns bewusst. Die Produktion von E-Traktoren steht momentan in der Testphase. 2017 präsentierten Fendt und John Deere ihre ersten E-Modelle. Wir sind überzeugt, dass das in wenigen Jahren eine ernstzunehmende Alternative sein kann. Ob die Produktion von E-Modellen ökologisch sinnvoller ist, können wir nicht beurteilen.

Biogas-Gülle aus Tiermistveredelung wurde bis 2019 verwendet und wird entsprechend der Richtlinien von Bio-Austria seit 2020 nicht mehr zugekauft.

Hinsichtlich der Unterscheidung zu Mitbewerbern in Bezug auf ökologischen Einkauf ist folgendes zu berücksichtigen: Österreich ist eines jener Länder mit dem höchsten Anteil an Bio-Landwirtschaft innerhalb der EU. Rund 23% der Betriebe und rund 26% der landw. Flächen werden biologisch bewirtschaftet (Stand 2020, Statistik Austria). Dennoch steckt der biologische Anbau in unserem Bezirk noch in den Kinderschuhen, wird vielfach (v.a. von Kollegen) noch belächelt und als zu wenig rentabel ausgeschlossen. Hier zählen wir als einer der größeren Vollerwerbsbetriebe im Bezirk Lienz zu den Vorreitern im Bio-Landbau. In unserem Betrieb nehmen ökologische Aspekte im Vergleich zu Mitbewerbern im Bezirk nach wie vor einen überdurchschnittlich hohen Stellenwert ein. Zugekaufte Dienstleistungen sollen möglichst bodenschonend (Gewicht, Bodendruck...) sein, die Anzahl der Überfahrten reduziert bzw. optimiert werden.



Auch über Anbau und Tierhaltung hinaus evaluieren wir zunehmend hinsichtlich ökologischer Risiken entlang der gesamten Zulieferkette. So stellt unser Lieferant für Arbeitskleidung dazu ausführliche Informationen auf der Internetseite bereit.

Zu den wesentlichen zugekauften Produkten zählen in der Direktvermarktung auch Etiketten. Green Print Osttirol achtet als gemeinwohlbilanzierendes Unternehmen seinerseits auf ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette (z.B. auf die Auswahl der Materialien und Druckerfarben nach ökologischen Aspekten). Wir können also auch hinsichtlich Zukaufs von Etiketten und div. Drucksorten im Unterschied zu Mitbewerbern berichten, dass hier nicht der Billigstbieter sondern Bestbieter nach den Werten der GWÖ ausgewählt wird. Auch unser Stromanbieter achtet als gemeinwohlbilanzierendes Unternehmen auf ökologische Nachhaltigkeit. Gerade in der Bekleidungsindustrie ist ökologische Nachhaltigkeit ein großes Thema. Das diesbezügliche Engagement und eine äußerst transparente und leicht zugängliche Informationsaufbereitung seitens unseres Lieferanten für Arbeitskleidung (<https://www.engelbert-strauss.de/Nachhaltigkeit>) hat uns bei unseren Recherchen besonders beeindruckt.

*Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind:*

- 50% des Saatguts
- 100% der Drucksorten/Etiketten
- 100% des Rinderzukaufs
- 100% des Stromzukaufs

*Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:*

- Beitritt Österreichischer Bio-Verband BIO AUSTRIA
- Reduktion des Saatgut-zukaufs aufgrund zunehmender Verwendung eigenen Saatguts
- Reduktion des Stroh-zukaufs von 150t/Jahr (2007, fast ausschließlich aus Italien) auf 20 t/Jahr, seit 2020 zu 90% regionaler Stroh-zukauf, selten D/I
- Reduktion des jährlichen Rinder-zukaufs von 120 (2007, seit 2015 kontinuierliche Reduktion) auf 10 männliche Rinder, die mittlerweile doppelt so lange am Betrieb bleiben (gesamt ca. 2 Jahre), seit 2019 ganzjährig Auslauf genießen und im Sommer gealpt werden.

- Verzicht auf Biogas-Gülle seit 2020
- Zertifikatslehrgang „Bodenpraktiker für das Ackerland“
- Wechsel Stromanbieter
- Wechsel Druckerei
- Ökologisch höherwertige Verpackungen wurden evaluiert, entsprechende Anbieter kontaktiert und vertiefende Gespräche mit dem heimischen Umweltberater geführt. Ergebnis: Aktuell ist ein Wechsel des Lieferanten mangels Verfügbarkeit von sinnvollen Alternativen, auch aus wirtschaftlicher Sicht (z.B. Mindestbestellmenge 10.000 Stück) noch nicht angedacht.

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Optimierung Verpackungsmaterial
- Reduktion Dieserverbrauch
- Evaluierung ökologisch höherwertiger Zugmaschinen (z.B. Pflanzenöl-betriebener Traktor)
- Auseinandersetzung mit dem Thema „Energieautarker Bauernhof“

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

Wir können bestätigen, dass entsprechend unserer Betriebsgröße und Marktmacht möglichst wenige Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen. Der Zukauf von Diesel weist wohl die höchsten schädlichen Umweltauswirkungen auf. Der Anteil von Diesel beläuft sich auf rd. 10% des gesamten Einkaufsvolumens.

#### **A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette**

Informationen über den Betrieb Fohlenhof Astner sind durch die Veröffentlichung unseres GWÖ-Berichts auf unserer Webseite jederzeit zugänglich und können auf Anfrage übermittelt werden. Seitens der Lieferant\*innen gibt es hier unterschiedlich großes Interesse, abhängig von der eigenen Beziehung zur GWÖ. Jedenfalls werden die Werte der

GWÖ in zahlreichen Geschäftsbeziehungen thematisiert, teilweise Lieferant\*innen zur Erstellung einer GWÖ-Bilanz motiviert.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Thematisieren der eigenen GWÖ-Bilanz in unregelmäßigen Abständen u.a. bei einzelnen Lieferant\*innen
- Erstellung einer Mail-Signatur „GWÖ bilanzierendes Unternehmen“
- Austausch mit GWÖ-bilanzierenden Zulieferern

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Vermehrtes Thematisieren der GWÖ-Idee und Motivation zur Erstellung einer Gemeinwohlbilanz bei Lieferant\*innen

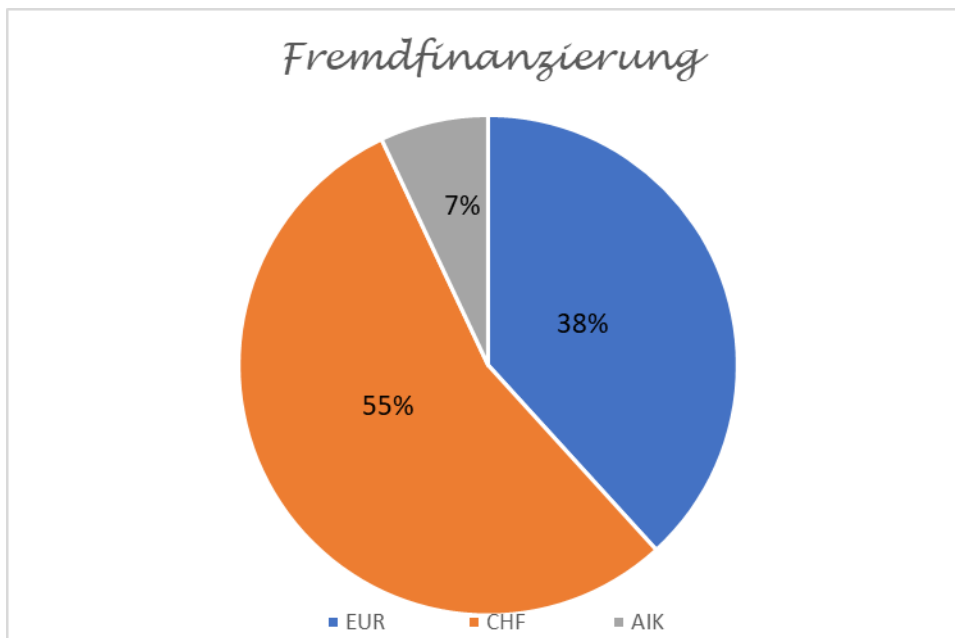
## B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Grundsätzlich ist der Eigenkapitalanteil in der Landwirtschaft relativ hoch, zumeist in Anlagevermögen/Grund und Boden gebunden. Mit 38ha Eigenfläche und diversen landwirtschaftlichen Maschinen erreichen wir derzeit einen Eigenkapitalanteil von 82,6% und erreichen damit beinahe den durchschnittlichen Eigenkapitalanteil der Branche von 86% (Quelle: LK Tirol, grüner Bericht 2020 Tirol). Die Steigerung der Bodenfruchtbarkeit (Bonität) wirkt sich indirekt auf eine höhere Ausstattung mit Eigenmitteln aus. Es gibt derzeit keine weiteren konkreten Überlegungen hinsichtlich des zusätzlichen Gewinns von Eigenmitteln.

Der Stallbau im Jahr 2007 sowie verschiedene Investitionen und bauliche Maßnahmen wurden über konventionelle Kredite (endfällig, EUR und CHF) finanziert. Die Entwicklung der dafür vorgesehenen Versicherungs-Ansparungen verläuft erwartungsgemäß. Die Situation bzgl. Fremdwährungskredit hat sich in den vergangenen Jahren deutlich zugespitzt. Eine Umschuldung in EURO wurde in Zusammenarbeit mit einem Maklerbüro und unter Berücksichtigung konkret formulierter Werte wie ethische, transparente und nachhaltige Orientierung von (künftigen) Finanzpartner\*innen im Frühjahr 2020 eingeleitet. Finanzierungen über Ethikbanken oder verschiedene andere Modelle können wir uns grundsätzlich vorstellen, Informationen beim Umweltcenter der Raiffeisenbank Gamskirchen wurden bereits eingeholt. Die strengen Kreditvergaberichtlinien lassen

eine Finanzierung von „Altlasten“ des lw. Betriebes über das Umweltcenter trotz biologischer Wirtschaftsweise und GWÖ-Bilanz derzeit nicht zu. Eine solidarische Finanzierung durch Kredit bei einer ethisch-nachhaltigen Bank wird vorbereitet. Zudem soll künftig von endfällig auf monatliche Tilgung umgestellt werden.

Aktuell arbeiten wir (noch) mit folgenden Finanzpartner\*innen zusammen: Die Raika Lienzer Talboden ist eine regionale Genossenschaft, die u.a. auch ethisch-nachhaltige Produkte anbietet. Die Bank Austria (Uni Credit) als zweiter Finanzdienstleister ist diesbezüglich wesentlich niedriger zu bewerten. Bei der Veranlagung in Fonds haben wir bereits 2007 mit Hilfe unseres Maklerbüros versucht, ethisch-nachhaltige Modelle zu bevorzugen, bzw. v.a. unethische (wie z.B. Monsanto) zu vermeiden. Hier hat uns aber vor allem der GWÖ-Prozess 2017 großes Verbesserungspotenzial aufgezeigt. Intensive Auseinandersetzung mit Ansparungen (u.a. zur Tilgung endfälliger Kredite) in den Jahren 2019/2020 auch im Zuge der freiwilligen Teilnahme am Arbeitskreis Unternehmensführung (seit 2020).



**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Einleitung Umschuldung CHF-EURO
- Evaluierung ethisch nachhaltiger Finanzpartner\*innen (z.B. Raiffeisenbank Günskirchen Umweltcenter)
- Freiwillige Teilnahme Arbeitskreis Unternehmensführung f. lw. Betriebe inkl. freiwilliger betriebswirtschaftlicher Aufzeichnungen (LFI Kärnten)

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Finalisierung Umschuldungsprozess CHF-EUR
- Wechsel Finanzdienstleister
- Umstellung endfälliger Kredit auf monatliche Tilgung
- Vertiefende Auseinandersetzung mit Unternehmensführung

**B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln**

All unsere Entscheidungen für die Verwendung eines eventuellen Mittelüberschusses orientieren sich an der Sicherstellung einer stabilen Basis zur langfristigen Absicherung des landwirtschaftlichen Betriebes. Weiterbestehen und Weiterentwicklung des Unternehmens soll neben ökologischen Aspekten, der Produktion von hochwertigen biologischen Lebensmitteln etc. vor allem auch die hohe Lebensqualität aller Familienmitglieder (3 Generationen) sicherstellen, unseren Lieferant\*innen (und ggf. künftigen Mitarbeiter\*innen) Einkommen ermöglichen und unseren Kund\*innen hochwertige Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung stellen.

**Investitionen 2020 (aus Eigen- und Fremdkapital finanziert):**

- Saatgut € 10.700,--
- Rinderzukauf € 8.800,--
- Alpkosten Rinder € 1.000,--
- Heuzukauf Pferde € 2.900,--
- Tiergesundheit € 800,--
- Streumittel € 3.400,--
- Verbrauchs- und Hilfsmaterial € 5.800,--
- Treibstoff gesamt € 12.000,--
- lw. Dienstleistungen € 7.600,--
- Instandhaltung Maschinen, PKW (betr. Anteil) € 21.700,--
- Marketing u. Werbung € 800,--
- DV (Etiketten, Verpackungsmaterial, Produktionskosten) € 30.600,--
- Beratung, Fortbildung € 3.300,--
- Büroaufwand € 400,--

**Anlagenzugänge 2019 und 2020 (aus Eigen- und Fremdkapital)**

- PV-Anlage € 17.000,--
- Frontlader € 15.000,--

- Laptop € 1.000,--
- lw. Maschinen (biolog. Ackerbearbeitung) € 30.000,--
- Ölpresse (Direktvermarktung) € 3.800,--
- Schälraum (Direktvermarktung) € 1.400,--
- Grafik Etiketten neu (Direktvermarktung) € 1.500,--
- Heuraufen (Pferdehaltung) € 9.500,--

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)

- nicht relevant

Auszuschüttende Kapitalerträge

- nicht relevant.

## B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Wir können bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln fair erfolgt.

## B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Geplante Investitionen mit ökologischem Verbesserungspotenzial:

- ÖKLO (Komposttoilette für Gäste/Kund\*innen am Hof)
- Zusätzliche PV-Anlage in Pferdekoppel-Zaun integriert

Bereits getätigte ökologische Investitionen

- PV Anlage mit Speicher € 17.000,--
- Lw. Maschinen zur Bodenbearbeitung (Bodenfräse f. Humusaufbau, Bodenbonität, Bodenlebewesen, Nährstoffrückführung, CO<sub>2</sub>-Speicher, Wasserspeicher...) und mechanischen Beikrautregulierung (Striegel) € 30.000,--

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Fortbildung „Bodenpraktiker für das Ackerland“
- Anschaffung lw. Maschinen zur biologischen, ökologisch nachhaltigen Bodenbearbeitung
- Anschaffung PV-Anlage inkl. Speicher

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Evaluierung Fondsveranlagungen u. ggf. (frühzeitiger) Ausstieg
- Beobachtung der Entwicklung ökologisch höherwertiger Traktore
- Investitionsplanung in Richtung „Energieautarker Bauernhof“

### **B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen**

Wir können bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut. Biologische Wirtschaftsweise verzichtet zur Gänze auf Gentechnik, Pestizide, chem. -synth. Düngemittel. Alternativen zur ökologisch bedenklichen Ressource fossiler Treibstoff werden bereits evaluiert und eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt.

### **B4 Eigentum und Mitentscheidung**

Derzeit ist Bernhard Astner alleiniger Eigentümer von Fohlenhof Astner. Alle Rechte, Pflichten und Haftungen liegen zu 100% bei ihm. Im Unterschied zu vielen landwirtschaftlichen Betrieben bzw. den traditionellen patriarchalen Strukturen innerhalb der Branche werden bei uns alle Entscheidungen (lfd. Betrieb, Investitionen...) partnerschaftlich getroffen. So wird der Betrieb in der Praxis von Sylvia und Bernhard gemeinsam geführt. Die unterschiedlichen Stärken von Männern und Frauen sind uns nicht nur bewusst, wir nutzen sie seit vielen Jahren als wertvolle Ressource. Im Rahmen von BAUERFRAU möchten wir diesbezüglich zusätzlich Impulse in der Branche setzen.

Auch die Erfahrung der Eltern fließt regelmäßig in Entscheidungen mit ein, wobei ein Paradigmenwechsel innerhalb der Branche zu berücksichtigen ist. So ist diese generationenübergreifende Mitentscheidung gleichzeitig ein Aufbauen auf den Erfahrungen unserer Vorfahren und Herausforderung. Ein Balanceakt, den wir seit vielen Jahren gut meistern.

Die Eigentumsstruktur blieb in den letzten Jahren unverändert. Entscheidungsgrundlagen sind über den Eigentümer Bernhard hinaus

auch für Sylvia jederzeit zugänglich, werden regelmäßig ausgetauscht und diskutiert.

Mitentscheidung ist in allen Bereichen seit vielen Jahren gelebte Praxis. Als zukünftig mögliche Eigentumsform wird die Gründung einer Ges.n.b.R. überlegt.

### *Verpflichtende Indikatoren*

Wie verteilt sich das Eigenkapital in Prozent auf (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100%):

- Unternehmer\*innen: Bernhard 100%
- Führungskräfte: Bernhard 100% - Sylvia 0%
- Mitarbeiter\*innen: nicht relevant
- Kund\*innen: 0%
- Lieferant\*innen: 0%
- Weiteres Umfeld: 0%
- Nicht mittätige Kapital-Investor\*innen: 0%

*Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:*

-

*Verbesserungspotenziale/Ziele:*

-

### *B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme*

Wir können bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

## *C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz*

### *Unternehmenskultur*

Fohlenhof Astner ist ein Familienbetrieb, wobei in diesem Bericht sowohl Bernhard und seine Frau Sylvia, sowie seine Eltern Christine und Josef als Mitarbeiter\*innen bezeichnet werden. Insgesamt leben 3



Generationen unter einem Dach. Die jeweiligen Arbeitsbereiche werden je nach persönlichen Stärken, Vorlieben, Talenten und Verantwortungsbereichen aufgeteilt. Von der Kinderbetreuung über die Stall- und Feldarbeit bis hin zur Verpackung, Vermarktung, Reinigung und Büroarbeit ist für jede\*n etwas dabei. Die Arbeitszeit ist größtenteils flexibel bzw. kann selbstbestimmt eingeteilt werden. Je nach Saison gibt es selbstverständlich auch Arbeitsspitzen und „Überstunden“. Die Eltern helfen nach wie vor gerne mit und sind sehr dankbar für die Möglichkeit, einen ihrem Alter entsprechenden Beitrag zum Erfolg des Betriebes und zum Zusammenleben leisten zu können.

Das Leben und Arbeiten auf engstem Raum bringt auf landwirtschaftlichen Betrieben oft auch große Probleme mit sich. Wir sind von Anfang an sehr bewusst mit diesem Thema umgegangen und können heute mit großer Freude von einer WIN-WIN-SITUATION für alle Beteiligten berichten. Auch die Übertragung der Verantwortung im Rahmen der Hofübergabe/-nahme (2007) hat bei uns problemlos funktioniert. Der Vater arbeitet gerne mit, bringt seine Erfahrung und sein Know-how bestmöglich mit ein und respektiert größtenteils die Entscheidungen seines Sohnes Bernhard als Betriebsführer, auch wenn sie nicht immer seinen Ansichten entsprechen.

Der respektvolle und vor allem wertschätzende Umgang miteinander ist uns besonders wichtig. Trotz getrenntem Wohnbereich nehmen wir intensiv am gegenseitigen Leben teil, feiern Jahresfeste gemeinsam und haben im Laufe der Jahre eine offene und faire Kommunikation entwickelt. Das ist in bäuerlichen Familienbetrieben nicht selbstverständlich und braucht von allen Beteiligten einen bewussten Umgang mit entsprechenden Themen. Wir sind sehr dankbar dafür, dass das gemeinsame Leben und Arbeiten auf unserem Betrieb so gut funktioniert. Deshalb laden wir die Eltern seit vielen Jahren zu einem Erntedank-Essen in einem ausgewählten Restaurant.

Zusätzlich zu den vier Familienmitgliedern arbeiten v.a. im Herbst kurzfristig Erntehelfer\*innen bzw. auch unsere Kinder (freiwillig!) mit.

### **Gesundheitsförderung**

Hinsichtlich Gesundheitsförderung unterscheiden wir zwischen körperlicher Gesundheitsförderung und seelischer bzw. geistiger Gesundheitsförderung:

Wir legen großen Wert auf eine hochwertige, ergonomische Ausstattung unserer Traktoren (Sonderausstattung). Außerdem stehen allen

Mitarbeitenden (auch Saisonarbeitskräften) ein warmes Mittagessen (Hausmannskost, größtenteils biologisch und regional bzw. aus eigenem Anbau), Jause, Kaffee und Kuchen, Obst und Getränke zur Verfügung. Die Mitarbeit der Eltern erfolgt freiwillig und soweit es ihr Gesundheitszustand zulässt. Gerade hier ist auch die seelische Gesundheitsförderung erwähnenswert. Das Gefühl, noch „für etwas gut zu sein“, gebraucht zu werden, aktiv sein zu können und einen Beitrag zu leisten auf dem Betrieb, den sie so lange selbst geführt haben, hat großen Einfluss auf die seelische Gesundheit.

Eine der größten Herausforderungen ist sicherlich die Work-life-Balance. Die unmittelbare Nähe von Betrieb und Privat fordert von uns (Sylvia und Bernhard) einen sehr bewussten Umgang und genaues Hinschauen. Zeit für sich selbst, für Hobbies, Partnerschaft und Familie kommt zeitenweise doch etwas zu kurz, auch wenn unsere Arbeit viel mehr Berufung als Beruf ist. So empfinden wir gemeinsame Fortbildungen durchaus auch als angenehm und verbinden ggf. einen Urlaub damit.

Die Themen Gesundheit (geistig, seelisch und körperlich), sowie Kommunikation und der Umgang mit Konflikten und Stress liegen vor allem Sylvia sehr am Herzen. Ihre berufliche Kompetenz (Soz.Päd., Kinesiologin, Expertin für feinstoffliche Ebenen) und ihre langjährige Erfahrung als Mutter bieten hier eine optimale Basis.

Unseren Arbeitsplatz zeichnen der unmittelbare Kontakt zur Natur, zu Pflanzen und Tieren, sowie die Vielseitigkeit der Tätigkeiten aus. Auch die saisonbedingte Abwechslung empfinden wir als sehr wertvoll. Das hohe Maß an Selbstbestimmung und Eigenverantwortung schätzen wir besonders.

### **Diversität**

Eine Besonderheit hinsichtlich Diversität ist die Zusammenarbeit mit dem „AufbauWerk-Unternehmen für junge Menschen“, Zweigstelle Schloss Lengberg. Im Rahmen der Praxis-Erprobung arbeiten Jugendliche mit div. Beeinträchtigungen ihren Talenten und Interessen entsprechend am Fohlenhof mit. Neben der Möglichkeit, Praxiserfahrungen zu sammeln, wirkt sich der Kontakt zu unseren Tieren besonders gut auf ihre Entwicklung aus.

## Covid19

Gerade das Jahr 2020 hat uns einmal mehr vor Augen gehalten, was unseren Arbeitsplatz auszeichnet. In Zeiten von Homeschooling/Homeoffice, Ausgangsbeschränkungen/Quarantäne, Abstandsregeln/Maskenpflicht, Kurzarbeit/Arbeitslosigkeit bietet das Leben und Arbeiten am Bauernhof viele Vorteile und extrem hohe Lebensqualität! Nicht zuletzt durch die mediale Berichterstattung (Modebranche am Beispiel Italien, Fleischindustrie am Beispiel Tönnies, ausländische Pflegekräfte...) steigt die Wertschätzung für den eigenen Arbeitsplatzes zusätzlich stark.

## Verpflichtende Indikatoren

- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit das gesamte Arbeitsleben und darüber hinaus
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene nicht dokumentiert
- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen
  - Eltern: wenige Tage im Jahr (Verkühlung, Infekt...)
  - Vater trotz Knie- und Kreuzschmerzen freiwillig ganzjährig im Einsatz
  - Bernhard: wenige Tage im Jahr (Verkühlung, Infekt...), ganzjährig im Einsatz trotz (leichter) Rückenbeschwerden
  - Sylvia: wenige Tage im Jahr (Verkühlung, Infekt...). Ganzjährig im Einsatz trotz (leichter) Allergiebeschwerden.
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle: 0
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden: 0
- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche / psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion - sofern erhebbar und relevant)
  - Alter:  
15-30 Jahre: 1 (Schloss Lengberg), 30-60 Jahre: 2 (+ 4 Saisonarbeitskräfte), über 60 Jahre: 2,

- *Geschlecht:*  
weiblich: 2 (+ 4 Saisonarbeitskräfte), männlich: 2, + 1w/m  
(Schloss Lengberg)
  - *Mit körperl. /psych. Einschränkungen:* 1 (Schloss Lengberg)
  - *durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten:*  
0
- Verbesserungspotenziale/Ziele:*
- *Arbeitszeit Bernhard und Sylvia reduzieren*
  - *Schaffung von Urlaubszeit 3 Wo./Jahr (= Zeit OHNE beruflichen „Beigeschmack“)*
  - *Schaffung eines zusätzlichen Arbeitsplatzes (evtl. anstelle Praxisplatz fixes Dienstverhältnis für Jugendliche\* n vom AufbauWerk, oder Haushaltshilfe)*
  - *Konkrete Angebote im Bereich Gesundheit evaluieren und in Anspruch nehmen*

*Innovative und umfassende Lösungen für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur, zur Verbesserung von Gesundheit am Arbeitsplatz bzw. zur Förderung von Diversität werden nachhaltig und selbstverständlich gelebt und von Mitarbeitenden als solche erlebt.*

### *C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen*

*Wir können bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.*

## *C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge*

*In unserem Familienbetrieb spielen schriftliche Arbeitsverträge keine Rolle. Betriebliche Arbeitszeit vermischt sich mit privater Arbeitszeit. Der private Bedarf an Lebensmitteln, Kraftstoff, Stromkosten... wird vom Betrieb übernommen bzw. als Sachleistung abgegolten (auch für die Eltern). Die Balance zwischen einem „lebenswürdigen Verdienst“ für Sylvia und Bernhard, den wir selbst bestimmen, und dem wirtschaftlichen Überleben des Betriebs zu halten, ist nach wie vor eine Gradwanderung.*

*Auch Überstunden können nicht gesondert betrachtet werden. Geleistete Arbeiten am Betriebsgelände sind gleichzeitig immer wieder auch private Tätigkeiten. Die Arbeitszeit wird von allen Mitarbeitenden völlig selbstorganisiert bestimmt bzw. im Bedarfsfall untereinander abgesprochen.*

*Durch dieses Mischen von Betrieb und Privat, von Leben und Arbeiten am Bauernhof, ist die Work-life-Balance die größte Herausforderung. Tiere müssen natürlich auch sonn- und feiertags versorgt werden, Mittagspausen werden immer wieder zur Mitarbeiterbesprechung genutzt. Und das Motto „Es gibt immer was zu tun“ ist allgegenwärtig. Hier heißt es ganz besonders aufmerksam sein und klare Grenzen ziehen lernen. Eigenverantwortung, Selbstwert und Selbstorganisation spielen in Bezug auf Arbeitszeitgestaltung, Überstundenleistung, Urlaubsplanung und Zeitausgleich eine zentrale Rolle. Regelmäßige bewusste Auseinandersetzung mit dem Thema Work-life-Balance zählt zu den wichtigsten Maßnahmen. Zudem soll durch die Schaffung eines zusätzlichen Arbeitsplatzes bzw. Einstellen einer Haushaltshilfe vor allem für Sylvia, aber auch für Bernhard Arbeitszeit reduziert werden.*

*Unsere Kunden gilt es dahingehend zu erziehen, dass die persönliche Anwesenheit nicht unbedingt auch bedeutet, dass ein Verkauf div. Produkte stattfindet (zB sonntags, weil bei einem Bauer eh immer jemand zu Hause ist - ein altes und weitverbreitetes Muster). Diesbezügliche Maßnahmen sind eine klare Kommunikation von Öffnungszeiten bzw. die Bitte um Terminvereinbarungen. Hier soll u.a. auch das Bewusstsein der Eltern noch geschärft werden.*

Seit dem Beitritt zum Arbeitskreis Unternehmensführung wurden das private und das betriebliche Giro-Konto zur Vereinfachung der E-A-Rechnung zusammengelegt. Im Programm (MoneyMaker) werden private und betriebliche Einnahmen und Ausgaben jeweils gesondert verbucht. Im Zuge der langfristigen Dokumentation sollen auch aufschlussreiche Daten (z.B. tatsächlicher Stundenlohn, Verdienst bzw. Familieneinkommen) ermittelt werden.

### **Verpflichtende Indikatoren**

- Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung) -
- Medianverdienst
  - \* Familieneinkommen: nach Bedarf vom Betriebskonto (derzeit kein separates Privatkonto) + Sachleistungen v. Betrieb
  - \* Eltern: Pensionsbezug + Sachleistungen v. Betrieb
- Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)
- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden) nicht feststellbar, stark saisonabhängig, stark gemischt mit privater bzw. gewerblicher Arbeitszeit (z.B. Haushalt, Kinderversorgung, selbständige Tätigkeit...)
- Tatsächlich geleistete Überstunden: nicht dokumentiert/nicht feststellbar

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Beginn Arbeitskreis Unternehmensführung (LFI Kärnten) u.a. zur Ermittlung von Arbeitszeit, Stundenlohn, Sachleistungen..
- Klarere Kommunikation hinsichtlich Öffnungszeiten Direktvermarktung
- Wiederkehrende Diskussion zum bewussten Umgang mit Arbeitszeit/Arbeitslast/Verdienst/Selbstaussbeutung

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Schaffung eines zusätzlichen Arbeitsplatzes/Haushaltshilfe zur Reduktion von Arbeitszeit und Erhöhung der Work-life-Balance für Sylvia und Bernhard
- Konzept zum bewussten Umgang mit Arbeitszeit und Überstundenpraxis erarbeiten
- Urlaubsplanung am Jahresanfang (verbindlich!)

- Ergebnisse aus AKU hinsichtlich Stundenlohn, Familieneinkommen dokumentieren.
- Voraussichtliches Ende der betrieblichen Umstrukturierung 2022 und damit einhergehende Entlastung

Keine schriftlichen Arbeitsverträge, flexible Arbeitseinteilung, bewusster Umgang mit Arbeitszeit und Überstunden, völlige Selbstbestimmung

### *C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge*

Wir können bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

### *C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden*

Die ökologisch-regionale Herkunft von Lebensmitteln und die diesbezügliche Bewusstseinsbildung sind Kern unserer Betriebsphilosophie. Dementsprechend richtet sich auch das Angebot genau nach diesen Aspekten. Auch hier ist die enge Verbindung zwischen Betrieb und Privat deutlich erkennbar. Beide Bereiche beeinflussen sich in hohem Maße gegenseitig. Unsere vier Kinder werden von frühester Kindheit an mit Themen wie LM-Verschwendung, saisonales Angebot bzw. ständige Verfügbarkeit von LM aus der ganzen Welt und der Herstellung von Lebensmitteln sensibilisiert. Dabei legen wir besonderen Wert darauf, die Kinder nicht zu überfordern, sie zu ökologischem Verhalten zu zwingen, sondern sie dem Altern entsprechend diesbezüglich zu begleiten. Wir respektieren ihre persönlichen Vorlieben und ihren freien Willen weitestgehend und vertrauen darauf, dass durch unser Werteverständnis und unser Vorleben eine stabile Basis geschaffen wird, damit sie zu gegebener Zeit darauf aufbauen können.

In der privaten (=Betriebs) Küche werden mehrheitlich regionale, saisonale und biologische Lebensmittel verwendet. Fleisch stammt überwiegend aus eigener Produktion, ebenso wie Getreide, Polenta, Kartoffel und Hanfprodukte. Fundiertes Wissen über Wildkräuter findet ebenso Anwendung wie die ständige Erweiterung des Speiseplans um ökologisch sinnvollere Alternativen. Die ständige Verfügbarkeit von Obst ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Wir weisen hier außerdem ausdrücklich darauf hin, dass die traditionelle Hausmannskost nach

modernen Erkenntnissen eine durchaus wertvolle und gesunde Ernährungsform ist. Experten (z.B. Angelika Kirchmaier [www.angelika-kirchmaier.at](http://www.angelika-kirchmaier.at) oder Dr. Georg Lexer [www.antikrebs.at](http://www.antikrebs.at)), die Zugang zu entsprechenden Studien, Untersuchungsmöglichkeiten... haben, betonen ausdrücklich den gesundheitlichen Wert von traditionellen bäuerlichen Lebensmitteln und Speisen.

Darüber hinaus führen wir regelmäßig intensive Gespräche mit „ernährungsbewussten“ Menschen, zumeist Vegetarier\*innen, Veganer\*innen oder auch Bio-Verfechter\*innen und Berufskolleg\*innen über das Thema ökologisch-regionale Herkunft von Lebensmitteln. Hier gehen die Meinungen weit auseinander und äußerst emotionale Diskussionen erfordern viel Fingerspitzengefühl und die Bereitschaft, die jeweiligen Argumente zu hören. Wir hinterfragen die Bio-Verfügbarkeit vom „anderen Ende der Welt“ und weisen auf die strengen Regeln der österreichischen Landwirtschaft hin. Klassisches Beispiel dafür: Knoblauch der Nachbarbäuerin (nicht bio-zertifiziert) oder vs. Bio-Knoblauch aus China. Der Umgang mit Lebensmitteln in unserer Gesellschaft und die Produktion von Nahrungsmitteln wird v.a. von Sylvia regelmäßig thematisiert und mit Menschen unterschiedlichster Sichtweisen und Kompetenzen (Kund\*innen, Ärzt\*innen, Kolleg\*innen, Lehrer\*innen...) diskutiert. Über ihre berufliche Tätigkeit als Bäuerin hinaus versteht sich Sylvia als Botschafterin für gesunde, regionale und saisonale LEBENSmittel. Also Nahrung, die mehr als nur Magenfüller ist, sondern uns mit Lebensenergie versorgt und so einen wertvollen und wesentlichen Teil zu unserer Gesundheit leistet.

Ganz nach dem Motto von Hippokrates: „Eure Lebensmittel sollen eure Heilmittel sein, und eure Heilmittel sollen eure Lebensmittel sein.“ Hier verbindet sich ihr Wissen und ihre Erfahrung als Mutter, Bäuerin, Kinesiologin und Expertin für feinstoffliche Ebenen. Dieses Wissen teilt sie mit ihren Kund\*innen ebenso, wie mit Kolleg\*innen, Lehrer\*innen und Schüler\*innen z.B. im Rahmen der freiwilligen Gestaltung von Unterrichtsstunden. Außerdem ist sie Autorin diesbezüglicher Texte in verschiedenen Medien (z.B. Kalender des alten Wissens).

Dabei geht es nicht um die Be- oder Verurteilung von verschiedenen Ernährungsformen oder um den Sinn oder Unsinn von Globalisierung, sondern um einen offenen und fairen Austausch, ein Beleuchten des Themas aus einer ganzheitlichen, erdverbundenen Sicht.



Erwähnenswert hinsichtlich unseres ökologischen Verhaltens ist auch die bestmögliche Verwendung von Glasflaschen sowohl in der Küche als auch bei der Zurverfügungstellung von Getränken. Ausnahmen sind hier Getränke in PET-Einmalflaschen auf der Kartoffelerntemaschine. Hier wäre die Gefahr von Glasbruch und Verletzung zu groß.

Eine ordentliche Mülltrennung und -entsorgung ist für uns selbstverständlich, sowohl betrieblich als auch privat (inkl. konsequenter Erziehung unserer Kinder zu Müllvermeidung und -trennung). Wie viel Müll dennoch anfällt, ist uns durchaus bewusst. Hier gibt es noch genug Verbesserungspotenzial.

Aufgrund der räumlichen Nähe (Arbeitsplatz = Zuhause) erübrigt sich die Frage nach den Verkehrsmitteln, um unseren Arbeitsplatz zu erreichen. Dies gilt für alle 4 mitarbeitenden Familienmitglieder. Der privat wie betrieblich genutzte VW-Sharan besitzt einen CO<sub>2</sub>-Wert von 177g/km. Unsere Mitarbeiter von Schloss Lengberg benützen Flugs (E-Auto). Unsere Saisonarbeitskräfte verwenden teilweise das Rad, Mitfahrgelegenheiten oder u.U. auch PKW.

Konkrete betriebliche Weiterbildungsangebote gibt es nicht. Vielmehr ist es uns wichtig, uns regelmäßig auch privat mit Themen wie beispielsweise Ökologischer Fußabdruck, LM-Produktion von industrieller Landwirtschaft bis Demeter-Produktion, Antibiotikaeinsatz, Energieautarker Bauernhof... zu beschäftigen und unseren Horizont zu erweitern. Hier reichen die Quellen von div. Dokumentarfilmen (Bauer unser, We feed the world, Unser täglich Gift, Die Zukunft pflanzen, Die Biölüge) über Literatur bis hin zu einem zunehmenden persönlichen Netzwerk und Menschen mit entsprechendem Know-how.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Fleischzukauf reduzieren
- Dienstfahrten optimieren
- GWÖ Familienbilanz

### *C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens*

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

### *C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz*

Die gelebte Praxis auf unserem Familienbetrieb wurde bereits ausführlich beschrieben. Daraus ergibt sich, dass alle wesentlichen/kritischen Daten für alle Mitarbeitenden zugänglich sind. Auch alle Entscheidungen werden innerhalb der Familie generationsübergreifend und geschlechtsunabhängig (nicht branchenüblich) diskutiert und mitbestimmt. Die Erfahrungen, die diese gelebte Praxis mit sich bringt, sind größtenteils positiv. Wir schätzen es sehr, auf eine bunte Mischung aus Erfahrung der Eltern und visionären Elementen der betriebsführenden Generation zurückgreifen bzw. sowohl weibliche als auch männliche Argumente mit einfließen lassen zu können.

#### *Verpflichtende Indikatoren*

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %). 100%
- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %). Nicht relevant
- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %). 100%

Alle wesentlichen Entscheidungen werden möglichst konsensual getroffen. Bestellung bzw. Abwahl von Führungskräften ist auf unserem Betrieb nicht relevant.

Die wesentlichen und kritischen Daten sind für die Eltern erschwert einsehbar, weil sie z.B. kein PC-Know-how besitzen bzw. diverse Passwörter fehlen.

#### *C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates*

*Wir können bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt, bzw. dieses Thema für uns nicht relevant ist.*

#### *D1 Ethische Kundenbeziehung*

*Kund\*innen und deren Bedürfnisse sind in den letzten Jahren wieder deutlich näher an uns gerückt. Durch die Entscheidung zum vermehrten Lebensmittelanbau und zur Direktvermarktung ist der Kontakt zum Endverbraucher/zur Endverbraucherin wesentlich enger geworden. Unsere Produkte und Dienstleistungen orientieren sich in hohem Maße an Kund\*innenbedürfnissen. Unser eigenes zunehmendes Bedürfnis nach mehr Transparenz und einem offenen und fairen Miteinander nehmen wir seit vielen Jahren auch bei den Menschen (weit über die Zielgruppe hinaus) wahr. Die Kommunikation auf Augenhöhe und der direkte Kontakt zu uns als Produzenten und Dienstleister sind uns deshalb sehr wichtig. Wir sind bei all unseren Produkten und Dienstleistungen danach bestrebt, eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten zu finden. Das ist nicht immer der einfachste Weg und für Außenstehende nicht immer offensichtlich (vgl. Verpachtung Flugplatz). Seit 2019 zählen auch Pferdebesitzer\*innen zu unseren Kund\*innen.*

*Neue Kund\*innen finden vor allem durch das direkte Gespräch oder Mundpropaganda zu uns. Auf unserer Homepage [www.fohlenhofastner.at](http://www.fohlenhofastner.at) können Kund\*innen und Interessierte umfangreiche Informationen über uns, unseren Betrieb sowie unseren Bericht zur Gemeinwohlabilanz 2017 finden. Darüber hinaus kommunizieren wir Themen/jahreszeitliche Angebote... über soziale Medien (Facebook, Instagram). Die zunehmende Verfügbarkeit unserer Produkte im LM-Einzelhandel fördert den Bekanntheitsgrad unseres Betriebes und bringt regelmäßig Kund\*innen direkt zu uns auf den Hof. Das Interesse an Betriebsbesichtigungen ist seit 2017 stark gestiegen. So konnten wir im Jahr 2019 bereits Gruppen verschiedener Organisationen bei uns am Hof begrüßen (Landwirtschaftliche Lehranstalt, Obst- und Gartenbauvereine, Bio-Austria, Südtiroler Bauernbund, Schüler\*innen für Diplomarbeiten...). Im Sinne bestmöglicher Transparenz, Bewusstseinsbildung und Nähe zu*

Konsument\*innen und Interessierten sowie im Sinne unaufdringlicher Werbung und Kund\*innengewinnung werden Betriebsführungen auch zunehmend angeboten. Coronabedingt verzeichneten wir 2020 diesbezüglich leider einen Totalausfall.

Nach dem Motto „Tausche Stellplatz gegen Kundschaft“ bieten wir in Zusammenarbeit mit zwei Plattformen (Schau aufs Land, Bauernleben) 5 Stellplätze für Campinggäste an (max. 24h, kostenlos, im Rahmen des Tiroler Campinggesetzes von der Gemeinde genehmigt) mit dem Mehrwert, an bäuerlichen Produkten interessierte Gäste als Kund\*innen zu gewinnen (keine Kaufverpflichtung). In diesem Zusammenhang zählen Transparenz, Nachhaltigkeit, Regionalität, ethische Kund\*innen-Produzent\*innenbeziehung in besonders hohem Maße. Zudem profitieren Gäste in besonders hohem Maße von Naturnähe, Tierkontakt u.v.m.

In unserem Betrieb gibt es keine Maßnahmen zur besonderen Kund\*innenbindung (Stammkundenkarte o.ä.). Wir unterscheiden auch nicht zwischen Neu- und Stammkund\*innen. Bestehende Kund\*innen werden auf Wunsch direkt kontaktiert z.B. bei Verfügbarkeit von bestimmten Produkten (Rindfleisch).

In Bezug auf das eigene Umsatzstreben ist zu betonen, dass auf traditionellen landwirtschaftlichen Betrieben unternehmerisches Denken und Handeln häufig eine untergeordnete Rolle spielt. RGO, Molkerei und MR sind zumeist die einzigen Kunden, Preisgestaltung erfolgt in diesem Fall zu 100% von außen. Hier gibt es keinerlei Mitspracherecht für den Produzenten. Ausgleichszahlungen sollen hier anfallende Einbußen abfedern. Leider haben diese „Förderungen“ großes Neidpotenzial. Diese Schwäche ist uns in den letzten Jahren besonders bewusst geworden. Hier gilt es eine faire Balance zwischen Umsatz/Gewinn und Kundennutzen herzustellen. Eine ordentliche Preiskalkulation ergibt auf den ersten Blick deutliche höhere Verkaufspreise. Einkommensschwache Haushalte scheinen sich hochwertige, fair produzierte Lebensmittel somit häufig nicht leisten zu können. Hier ist es uns ein besonderes Anliegen, über den Mehrwert bzw. den Zusatznutzen aufzuklären. Hochwertige Lebensmittel sind nicht nur deutlich sättigender, reicher an Vitalstoffen... sondern wirken sich darüber hinaus auch nachweislich auf unsere Gesundheit und unser Wohlbefinden aus. Wir erwähnen in diesem Zusammenhang häufig das Zitat von Hippokrates: „Eure Nahrungsmittel sollen eure Heilmittel sein“

und eure Heilmittel sollen eure Nahrungsmittel sein.“ Innerhalb des strengen gesetzlichen Rahmens versuchen wir dies auch auf Etiketten, Website bzw. mündlich zu kommunizieren.

Ethische Kund\*innenbeziehung bedeutet für uns, einen respektvollen, fairen, achtsamen und transparenten Umgang auf Augenhöhe zu pflegen.

Barrierefreiheit spielt am Fohlenhof zunehmend eine Rolle. Das gesamte Betriebsgelände inkl. Verkaufsraum ist mit Kinderwagen/Rollstuhl gut erreichbar. Die Website ist diesbezüglich im Rahmen unserer finanziellen Möglichkeiten gestaltet. Die Umbaumaßnahmen im Pferdestall/Reiterstüberl berücksichtigen jedenfalls bestmögliche Barrierefreiheit. Wir planen die Investition in ein barrierefreies ÖKLO im Jahr 2021 für Pferdebesitzer\*innen und Campinggäste.

Zu unseren Kund\*innen zählen aber nicht nur Endverbraucher\*innen. Hinsichtlich der Großabnehmer für unsere Lebensmittel hat sich in den vergangenen zwei Jahren sehr viel getan. Durch die steigende Nachfrage an Bio-Speisekartoffeln ist das Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen M-Preis (Tiroler Familienunternehmen) an uns herangetreten. Bio-Speisekartoffeln von Fohlenhof Astner sind seit 2019 in allen Filialen unter dem Markennamen BIO VOM BERG erhältlich. Die Tiroler Umweltschutzgesellschaft ist unser Partner für die Abnahme von Getreide in Großmengen, Rindfleisch vermarkten wir zunehmend in Kooperation mit der benachbarten (selbständig geführten) Spar-Filiale in Dölsach. Über das Projekt Heimvorteil (Projekt der WKÖ Bezirksstelle Lienz mit dem Schwerpunkt Regionalität und dem Ziel, kleine LM-Geschäfte zu stärken) liefern wir unsere LEBENSmittel mittlerweile in ganz Osttirol an kleinere LM-Einzelhandelsfilialen. Einzelne Filialen großer Ketten (Billa und Interspar in Lienz) führen tlw. unsere Produkte. Lebensmittelhändler unterschiedlicher Größe und Lage erhalten gleichwertige Konditionen, werden regelmäßig persönlich kontaktiert.

Die Nachfrage unserer landwirtschaftlichen Dienstleistungen regelt sich vor allem durch die Spezialisierung. Kartoffelhäufelgerät, Ballenpresse für kleine Heu- oder Strohballen und div. andere Spezialmaschinen werden je nach Bedarf von Kolleg\*innen bestellt. Hier richtet sich der Preis nach aktuellen Maschinenringtarifen, besondere

Werbung ist in diesem Zusammenhang nicht nötig. Wiederholte Auftragserteilung erfolgt zudem aufgrund hoher Qualität der Leistung und hoher Kund\*innenzufriedenheit. Ggf. werden gerade hier auch Angebote des Mitbewerbs empfohlen.

Dasselbe gilt auch für die professionelle Schneeräumung innerhalb der Gemeinde Nikolsdorf. Seit vielen Jahrzehnten stehen Verlässlichkeit und schnellstmögliche Einsatzbereitschaft zu jeder Tages- und Nachtzeit an oberster Stelle. Unmittelbare Auftraggeberin ist hier die Gemeinde Nikolsdorf. Seit 2017 zählen vermehrt auch Privatkund\*innen und Firmen im Rahmen der gewerblichen Winterdienst- und Grünraumpflege zu unseren Kund\*innen.

Auch die Flugplatz Lienz/Nikolsdorf Betriebsges.m.b.H zählt zum Kreis unserer Kund\*innen. Zu diesem Thema möchten wir ausdrücklich betonen, dass wir mit der Betriebsübernahme vom Vater eine über Jahrzehnte entstandene schwierige Beziehung mitübernommen haben. Von Anfang an (seit 2007) versuchen wir die Gespräche, Verhandlungen... auf Augenhöhe zu führen, alte „Verletzungen“, Muster und Fehler (beiderseits) aufzulösen und mit offenen Karten zu spielen. Das gelingt uns mehr oder weniger gut. Zum Einen gestaltet es sich äußerst schwierig, die Bedürfnisse von Politik, Wirtschaft, TVB, Vereinen und Verpächter (allesamt Gesellschafter) unter einen Hut zu bekommen. Zum Zweiten sind die Pachteinnahmen Zündstoff für Diskussionen, Neid und Halbwahrheiten (Stichwort Medien, Wirtshausgespräche...). In zahlreichen Gesprächen versuchen wir immer wieder zu erläutern, dass die Vertragsbedingungen (inkl. Höhe des Pachtzinses) nicht ausschließlich dem eigenen Umsatzstreben und der Ausnützung der Monopolstellung entsprechen, sondern den Fortbestand des kleinen aber feinen Flugplatzes (auch wirtschaftlich) ermöglichen sollen und somit Bedürfnisse weit über jene der Betriebsges.m.b.H. hinaus befriedigen sollen. Die Bedürfnisse ALLER Berührungsgruppen (Dorfbevölkerung, Urlaubsgäste, Verpächter, Pächterin, Wirtschaftstreibende, Politik, Hobbyflieger...) fließen in Gespräche und Entscheidungen mit ein. Das mag auf den ersten Blick nicht gleich erkennbar und verständlich sein. Unserer Meinung nach erfordert das eine vertiefende Auseinandersetzung mit diesem komplexen Thema. Unter Barrierefreiheit verstehen wir in diesem Zusammenhang unser Angebot, jederzeit gerne zu diesem Thema Stellung zu nehmen. Eine offene Kommunikation kann hier äußerst hilfreich sein.

*Der achtsame Umgang mit Menschen allgemein und mit Kund\*innendaten, Fotos... im Speziellen ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Wir orientieren uns hier nach bestem Wissen und Gewissen und im Rahmen unserer Möglichkeiten auch nach den Kriterien der DSGVO. Daten werden nur intern gebraucht, ggf. für die Leistungserbringung an Dritte weitergegeben. Für die Veröffentlichung von Bildern und die Weitergabe von Telefonnummern wird selbstverständlich das Einverständnis eingeholt.*

### **Verpflichtende Indikatoren**

- *Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen: rd. €800,--*
- *Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %: nicht relevant*
- *Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: nein*
- *Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund\*innen-Gruppen gekauft wird: nicht dokumentiert*

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- *Betriebsbesichtigungen für Gruppen - Transparenz, direkter Kund\*innenkontakt, Bewusstseinsbildung,*
- *Thematisieren der GWÖ-Bilanz - Transparenz, Bewusstseinsbildung, Information*
- *Unaufdringliche Werbung*
- *Zunehmende Kooperation mit stark an Kund\*innenwünschen, ethischer Kund\*innenbeziehung und Nachhaltigkeit orientierten Lieferant\*innen (Schau aufs Land, Bauernleben, Logocoach Astrid Fallosch...)*
- *Wechsel zu Lieferant\*innen, die ihrerseits eine ethische Kund\*innenbeziehung fordern und fördern, sowie Lösungen für benachteiligte Kund\*innengruppen erarbeiten (GWÖ-zertifizierte Lieferant\*innen)*

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Ethische Kund\*innenbeziehung zunehmend in Marktpositionierung einfließen lassen
- Benachteiligte Kund\*innengruppen genauer definieren und entsprechende gezielte Lösungen ausarbeiten
- Zunehmende Kommunikation der Barrierefreiheit für verschiedene Zielgruppen

**D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen**

Wir können bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden.

**D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen**

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

\* Mit anderen Bauern/landwirtschaftlichen Unternehmen mit dem Ziel, sich gegenseitig zu unterstützen bzw. die Berufsgruppe zu stärken, durch ggs. konstruktives Feedback das eigene Unternehmen zu reflektieren, das Angebot für Kund\*innen zu optimieren, Lebensmittelsouveränität zu gewährleisten, den österreichischen Bio-Standard zu kommunizieren, Bewusstsein für LM-Produktion/Verschwendung/Regionalität/Saisonalität bei Kund\*innen bzw. in der Gesellschaft zu fördern...

\* Mit anderen Bauern/landwirtschaftlichen Unternehmen mit dem Ziel, Maschinennutzung zu optimieren (z.B. gemeinsame Investition in Anhänger zum Viehtransport), Kosten zu sparen, Auslastung zu erhöhen, Arbeitsspitzen abzufedern

\* Mit der Tiroler Umweltanwaltschaft, mit dem Ziel, Biodiversität und Sorten zu erhalten

\* Mit BIO VOM BERG (M-PREIS) mit dem Ziel, im Rahmen eines Projekts die Entwicklung von Strohhalmen aus Roggenstroh, Schilf... zu fördern



- \* Mit verschiedenen Entwicklerteams mit dem Ziel, Hanffasern als nachwachsenden Rohstoff innovativ am Markt einzusetzen (z.B. als Kunststoffersatz, für Sportgeräte, für Windräder...)
  - \* Mit gemeinwohlbilanzierenden Unternehmen aus Osttirol, mit dem Ziel, die GWÖ in der Gesellschaft zu verankern und Werte der GWÖ im unternehmerischen Denken und Handeln zu etablieren, sowie mit dem Ziel, sich gegenseitig zu unterstützen und am Markt zu positionieren.
  - \* Mit Plattformen, die ein nachhaltiges, regionales Urlaubsangebot sowie die Beziehung zwischen LM-Produzent\*innen und Konsument\*innen fördern (Schau aufs Land, Bauernleben) mit dem Ziel, (ökologisch) höherwertige Alternativen in verschiedenen Bereichen (Tourismus, LM-Einkauf, Naturerfahrung, Bewusstseinsbildung...) zu bieten
  - \* Mit WKO Projekt Heimvorteil mit dem Ziel, kleine LM-Einzelhandelsgeschäfte zu unterstützen, regionale saisonale LM leichter zugänglich zu machen (zentral im Geschäft vor Ort mit geregelten Öffnungszeiten und nicht „nur“ bei jedem lw. Betrieb einzeln bzw. zu bestimmten Zeiten)
  - \* Mit AufbauWerk - Zweigstelle Schloss Lengberg mit dem Ziel, benachteiligte bzw. beeinträchtigte Jugendliche auf ihr Berufsleben vorzubereiten, Inklusion, Menschenwürde und gesellschaftliche Verantwortung aktiv zu leben
- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

### **Verpflichtende Indikatoren**

- 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? nicht erfasst

- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt:
  - \* Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): nicht erfasst
  - \* Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: nicht erfasst
  - \* Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: nicht erfasst
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?
  - \* Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards
  - \* Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards
- Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen
  - \* anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? Sporadisch auf Anfrage, Details nicht erfasst
  - \* der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? Sporadisch auf Anfrage, Details nicht erfasst
- Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen
  - \* anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? Sporadisch, bei Gelegenheit
  - \* der gleichen Branche weitergegeben? Sporadisch, bei Gelegenheit bzw. bei Nicht-Verfügbarkeit eigener Produkte oder bei Nichterfüllung des Kund\*innenbedürfnisses
- Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen?

Es gab keine Weitergabe von Finanzmitteln an Unternehmen, weder der gleichen noch anderer Branchen.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Kooperation mit der Tiroler Umweltschutzgesellschaft
- Kooperation mit div. Entwicklerteams
- Kooperation mit Heimvorteil Osttirol (WKO)
- Kooperation mit Campingplattformen

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

## *D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern*

*Wir können bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmern komplett verzichtet wird.*

## *D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen*

### *Direktvermarktung:*

*Es ist uns besonders wichtig, ein Bewusstsein zu stärken, das die Bedeutung von hochwertigen regionalen und saisonalen Lebensmitteln, den achtsamen Umgang mit Lebensmitteln und den gesundheitlichen und ökologischen Wert in den Mittelpunkt stellt. In einer Gesellschaft, in der zu jeder Jahreszeit Produkte aus der ganzen Welt zu billigsten Preisen verfügbar sind, haben wir uns bewusst dafür entschieden, mit unseren Produkten (Grundnahrungsmittel wie Speisemais, Kartoffel, Getreide, Buchweizen, Hanf und Rindfleisch...) eine ökologisch höherwertige Alternative anzubieten.*

*Unsere Kund\*innen kaufen regional und saisonal verfügbar direkt ab Hof bzw. von unseren Partnerbetrieben. Diese werden im Umkreis von ca. 50km von uns beliefert, um Kund\*innen eine zentrale Einkaufsmöglichkeit zu bieten, die ggf. zu Fuß oder mit dem Rad besser erreichbar ist, als unser Hof, oder die im Rahmen des LM-Einkaufs im LM-EH ohne zusätzliche Fahrt zum Bauern getätigt werden kann. Unsere Liefertouren können wir aufgrund der langen Haltbarkeit unserer Produkte gut planen und entsprechend optimieren. Campinggäste verbinden ihr Urlaubserlebnis mit direktem Kontakt zu uns Produzenten, mit dem Einkauf regionaler und saisonaler Lebens- und Genussmittel... Das Konzept „Tausche Stellplatz gegen Kundschaft“ fördert ein regionales, nachhaltiges Urlaubsverhalten als maßvolle, ökologisch höherwertige Alternative zu Flugreisen, Kreuzfahrten o.ä. Zudem betreiben wir eine suffizienzfördernde Kund\*innenkommunikation, die darauf abzielt, hochwertige LEBENSmitteln und deren sättigende, gesundheitsfördernde und ökologische Bedeutung zu betonen.*

*Die Vermarktung unserer „Herzkartoffel“ ist unsererseits eine gezielte Maßnahme, um auf Konsistenz, Effizienz und Suffizienz aufmerksam zu*

machen. Herzkartoffel sind keine besondere Sorte, sondern einfach eine Laune der Natur, nämlich zwei zusammengewachsene Kartoffeln. Auf den Ertrag an Herzkartoffeln haben wir keinerlei Einfluss. Im Handel müssen alle Kartoffeln gleich aussehen und dieselbe Größe haben. Herzkartoffel entsprechen dieser vorgegebenen Form nicht und müssen für den Großhandel als Futterkartoffel (minderwertig) aussortiert werden. Wir sind der Meinung, dass sie dafür viel zu schade sind, sortieren sie im Herbst bei der Ernte händisch aus, verpacken sie liebevoll für unsere Kund\*innen und zaubern ihnen so immer wieder ein Lächeln ins Gesicht. Ausgehend von unseren Herzkartoffeln ergeben sich häufig sehr berührende und bewusstseinsweiternde Gespräche. Es scheint, dass sich die Natur bei uns für diese Maßnahme bedankt, indem sie uns jedes Jahr wieder überdurchschnittlich viele Herzerl schenkt 😊

Speisekartoffel werden seit 2019 an BIO VOM BERG (Biomarke M-Preis) zentral nach Innsbruck geliefert (ca. 50to/J.), dort in kleine Einheiten verpackt und im Rahmen der Lieferlogistik an alle Filialen verteilt. Heimische Bio-Speisekartoffeln sind jedenfalls eine höherwertige Alternative für den LM-EH und Endverbraucher\*innen zu ausländischen (z.B. Ägypten). Saatkartoffeln verkaufen wir seit vielen Jahren über die Raiffeisengenossenschaft Osttirol innerhalb Österreichs (2020 rd. 10to). Auf Verpackung und Lieferwege haben wir hier keinerlei Einfluss.

Die besonders positiven Aspekte in Bezug auf ökologische Auswirkungen unserer Produkte im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen werden vor allem bei unseren Hanfprodukten deutlich. Aufgrund seiner ernährungsphysiologisch hohen Bedeutung kann Nutzhanf (Hanföl, Hanfsamen..., THC-Gehalt <0,3%) durchaus als Superfood bezeichnet werden. Im Vergleich zu Moringa, Chiaasamen und Co., die um die halbe Welt gereist sind, sind heimische Hanfprodukte eine erwähnenswerte Alternative.

Der Kauf von heimischem Bio-Rindfleisch stellt jedenfalls eine höherwertige Alternative dar. In unserem Fall handelt es sich um ausschließlich von regionalen Bauern zugekauften Jungtiere, die zwei Sommer auf der Alm verbringen, deren Mist zur Humusbildung auf unseren Feldern beiträgt, die im nahegelegenen Schlachthof (ca. 25km entfernt) geschlachtet werden um schließlich wieder bei uns ab Hof in Mischpaketen oder beim örtlichen Nahversorger an Kund\*innen abgegeben werden.

Kund\*innen, die Wert auf hochwertige regionale Lebensmittel legen, haben die allgegenwärtige „Geiz-ist-geil-Mentalität“ meist schon lange hinter sich gelassen. Sie schätzen unsere Maßnahmen (zB Bio-Umstellung) sehr und schenken uns äußerst motivierendes Feedback. Sie tragen darüber hinaus ein Bewusstsein mit sich, das entgegen der massiven Verschwendung von Lebensmitteln den maßvollen Konsum (Qualität vor Quantität) und achtsamen Umgang mit Mensch, Tier und Natur in den Vordergrund stellt.

Das Thema Ernährung ist grundsätzlich ein allgegenwärtiges und häufig sehr emotionales Thema. Wir nutzen die verschiedensten Möglichkeiten (pers. Gespräche auch über die unmittelbare Kund\*innengruppe hinaus, Gestaltung von Unterrichtsstunden an Schulen), um sachlich und aus Sicht des Produzenten zu informieren bzw. reflektierendes Verhalten anzuregen.

Sämtliche Lebensmittel sind innerhalb des gesetzlichen Rahmens so verpackt, dass möglichst wenig Müll anfällt. Wiederverwertung (z.B. von Glasflaschen für Öl) ist derzeit kein Thema für uns. Kund\*innen können jederzeit eigene Gebinde mitbringen (Trockensortiment), was in der Praxis nicht kommuniziert bzw. selten genutzt wird.

### **Pferdehaltung:**

Unsere Einstellpferde werden von uns grundversorgt, gefüttert und abgemistet. Zudem genießen sie größtmögliche Bewegungsfreiheit. Besitzer\*innen kommen also nicht, wie in anderen Ställen üblich, mind. 1x tgl. - zumeist mit dem Auto - zum Hof, um die tägliche Pflege und Bewegung der Tiere zu erledigen, sondern entsprechend weniger häufig, nämlich „nur“ dann, wenn sie die Zeit mit ihrem Pferd genießen möchten/können. Die zentrale Versorgung der Tiere, auch die Fütterung mit biologisch erzeugten Futtermitteln (und Einstreu) direkt vom Hof ist jedenfalls eine höherwertige Alternative zu anderen Pferdeställen, die zumeist (konventionelle) Futtermittel, Einstreu... zukaufen, bzw. wo Tiere in kleinen Boxen gehalten werden und regelmäßig von den Besitzer\*innen bewegt werden müssen. Kurzum: mehr Tierwohl und geringere ökologische Auswirkungen durch die Nutzung eines Einstellplatzes bei Fohlenhof Astner.

### **Lw. Dienstleistungen:**

In diesem Bereich ist die Auftragserteilung an uns eine deutlich höherwertige Alternative zum Mitbewerb: kleinerer Traktor mit weniger

Treibstoffverbrauch, mit bodenschonenderer Arbeitsweise, ohne chem./synth. Spritzmittel sondern mit mechanischer Beikrautregulierung, Humusaufbau und biologischer Düngung... Ggf. werden im Laufe der Vegetationsperiode 1-2 Überfahrten mehr getätigt. Ökologische Auswirkungen werden durch geringeren Kraftstoffverbrauch und geringeres Gewicht (Bodendruck, Schonung des Bodens/der Bodenlebewesen) des kleineren Traktors bzw. die Vermeidung von chem. Spritzmitteln kompensiert.

**Gewerbl. Dienstleistungen (Schneeräumung und Grünraumpflege):**  
Hier bietet die Auftragserteilung an Fohlenhof Astner keine ökologisch höherwertige Alternative zum Mitbewerb. Wir fahren ebenso wie alle anderen mit dieselbetriebenem Traktor, um Gemeindestraßen, Firmengelände und Privatparkplätze schneefrei zu schaffen bzw. im Sommer eine entsprechende Grünraumpflege zu gewährleisten.

**Betriebsbesichtigungen** finden u.a. auch von Gruppen, die in Bussen anreisen, statt (vorwiegend A, selten I und D). 2019 durften wir eine Reisegruppe aus Australien bei uns am Hof begrüßen. 2020 coronabedingt keine Betriebsbesichtigungen. Hier können wir derzeit keine höherwertigen Alternativen bieten.

Der **Vortrags- und Seminarbereich**, der derzeit einen sehr kleinen Einkommensbereich darstellt, verlagert sich tlw. auf Online-Alternativen. Derzeit werden ökologische Auswirkungen durch Online-Angebote nicht evaluiert.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Optimierung Liefertour
- Gespräche mit dem Abfallwirtschaftsberater
- Errichtung PV Anlage mit Speicher
- Vermehrte Direktvermarktung Rindfleisch (bis 2017 ausschließlich Großhandel)
- Vermehrte Direktvermarktung Speisekartoffel (bis 2019 ausschließlich Großhandel)
- Schaffung ökologisch höherwertiger Pferdeeinstellplätze
- Fortbildung Zertifikatslehrgang „Bodenpraktiker für das Ackerland“
- Ausbau lw. Dienstleistungen als ökologisch höherwertige Alternative und damit verbundene Wissensvermittlung bzw. Bewusstseinsbildung im Kolleg\*innenkreis

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- WS mit Abfallwirtschaftsberater für unsere Kund\*innen
- Anschaffung E-Auto als Lieferauto evaluieren
- Unverpackt-LM ab Hof als zusätzliches Angebot evaluieren
- Ökologisch höherwertige Alternativen im Bereich Verpackungsmaterial evaluieren
- Anschaffung ÖKLO als ökologisch höherwertige Alternative zu klassischen Toiletten (ohne Chemie, ohne Wasserverbrauch) für Pferdebesitzer\*innen und Campinggäste
- Bewerbung des Pferdeeinstellplatzes aus ökologischer Sicht bzw. als höherwertige Alternative
- Bewerbung der lw. Dienstleistungen als ökologisch höherwertige Alternative
- Ökologische Auswirkungen von Online-Angeboten evaluieren
- Erweiterung PV Anlage evtl. mit Speicher zur Deckung des zusätzlichen Strombedarfs (Heizung/Licht Reiterstüberl, Elektrozaun f, Pferdekoppel...)
- Strategie zur Kommunikation mit Kund\*innen für versch. Prod./DL erarbeiten

Geschäftsmodell und Produktportfolio sind hinsichtlich ökologischer Auswirkungen optimiert. Die Förderung eines maßvollen Konsums ist wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells und der Kund\*innenbeziehungen. Weitreichende Maßnahmen zur Reduzierung ökologischer Auswirkungen sind umgesetzt. Die Unternehmenskommunikation zielt auf eine aktive Förderung maßvoller Nutzung ab.

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

Wir können bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

## D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Wir stehen mit all unseren Kund\*innen in regelmäßigem Austausch. Direkt am Hof (Pferdebesitzer\*innen, Campinggäste, DV-Kund\*innen, DL-Kund\*innen) werden regelmäßig Gespräche geführt, Impulse bzw. Feedback entgegengenommen und nach Möglichkeit bestmöglich in unser Angebot eingepflegt. Wir schätzen konstruktives Feedback aus verschiedenen Perspektiven, die uns die Möglichkeit geben, über unseren Tellerrand zu blicken, uns zu entwickeln und mit Kund\*innen gemeinsam Lösungen zu erarbeiten. Entscheidungen auf Basis verschiedener interner und externer Standpunkte werden in erster Linie vom Betriebsführer Bernhard gemeinsam mit seiner Frau Sylvia getroffen.

Produkttransparenz: Wir schätzen den direkten Kontakt zu Kund\*innen, den Besuch bei uns am Hof (auch in Form von Betriebsbesichtigungen), den regelmäßigen Austausch vor allem auch deshalb, weil sich Kund\*innen der verschiedenen Produkte und Dienstleistungen so am besten selbst ein Bild von uns, unserem Hof, unserer Art der Produktion.. machen können, ohne Beschönigen und mit viel Möglichkeit für Fragen, Anregungen und Praxisbezug. Zudem erstellen wir mit diesem Bericht unsere zweite Gemeinwohlbilanz, die auf unserer Webseite veröffentlicht wird und so für Interessierte jederzeit verfügbar ist.

Der rege Austausch mit den verschiedenen Kund\*innengruppen liefert zahlreiche Impulse, die entsprechend unseren Werten in die Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen werden. Wir beobachten außerdem, dass wir, aufgrund unserer Auseinandersetzung mit dem Thema, aufgrund unserer Werteorientierung gleichermaßen Impulsgeber sind und bei unseren Kund\*innen einen Bewusstseinsprozess initiieren.

Unser Bericht zur Gemeinwohlbilanz liefert zahlreiche Produktinformationen - die über den Branchenschnitt hinaus öffentlich zugänglich sind. Gefährliche Inhaltsstoffe bzw. Risiken der Produkte sind im Bio-Landbau kaum ein Thema. Die Höherwertigkeit unserer Produkte und Dienstleistungen kann in der Kund\*innenkommunikation durchaus mehr betont werden. Preisfindung wird vor allem bei Rechnungslegung bestmöglich



transparent ausgewiesen z.B. klare Unterscheidbarkeit von Bereitstellungsgebühr, Anfahrtszeit und Dienstleistungszeit, Maschinen- und Fahrerkosten.. im Dienstleistungsbereich.

### Verpflichtende Indikatoren

- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund\*innen entstanden sind.  
2019/2020 nur kleine Innovationen/Anpassungen getätigt, die durch Mitwirkung von Kund\*innen entstanden sind. In Zahlen nicht erfasst.
- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes). Nicht erfasst
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes). Nicht erfasst

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Feedback und Wünsche der Kund\*innen werden häufiger aufgenommen, in Produktverbesserung mit aufgenommen.
- Veröffentlichung GWÖ-Bilanzbericht 2017 auf [www.fohlenhofastner.at](http://www.fohlenhofastner.at)
- Wechsel zu Lieferant\*innen, die ihrerseits an Produkttransparenz und Kund\*innenmitwirkung orientierte Haltung einnehmen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Neue (schriftliche) Feedbackmöglichkeiten schaffen
- Produkttransparenz erhöhen bzw. Höherwertigkeit ausarbeiten u. veröffentlichen (nach Produkt- und DL-Gruppen getrennt)
- Aktiverer Bewerbung des GWÖ-Berichts und Verarbeitung der Inhalte in diversen Informationsmaterialien

### D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Wir können 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.

## E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Grundbedürfnisse des Menschen:

Zentrale Themen auf unserem lw. Betrieb sind die Produktion von hochwertigen LEBENSmitteln, die Förderung der Biodiversität, der achtsame, maßvolle und wertschätzende Umgang mit Menschen, Tieren, der Natur und die Verankerung eines entsprechenden Bewusstseins bei Stakeholdern. Ein Großteil unserer Produkte und Dienstleistungen erfüllt somit direkt oder indirekt jedenfalls menschliche Grundbedürfnisse nach **Lebenserhaltung, Gesundheit und Wohlbefinden**. Zudem dienen unsere Produkte und Dienstleistungen entsprechend in diesem Bericht beschriebener Werte dem **Wachstum und der Gesundheit der Menschheit** weit über die Kund\*innengruppe hinaus.

**Muße/Erholung:** Sowohl Pferdebesitzer\*innen als auch Flugbegeisterte profitieren von unseren Dienstleistungen, wenngleich es sich in beiden Fällen gewissermaßen um „Luxusprodukte“ handelt und gerade in Bezug auf den Flugplatz über weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens diskutiert werden kann. Jedenfalls erfüllen beide Bereiche das menschliche Grundbedürfnis nach **Freiheit**.

Auch das Bedürfnis nach **Schutz und Sicherheit** kann zu einem gewissen Maße durch die Verpachtung unserer Flächen an den ÖAMTC Rettungshubschrauber erfüllt werden. Im Winter 2020 waren aufgrund der extremen Schneesituation zudem 7 Hubschrauber privater Unternehmen mehrere Tage zur Versorgung der Bevölkerung, zur Unterstützung der Einsatzkräfte und zur Sicherstellung der Anbindung des Bezirkes an die Außenwelt am Flugplatz Lienz-Nikolsdorf stationiert.

Folgende gesellschaftlichen/ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte/Dienstleistungen in unterschiedlichem Ausmaß gemindert: (Orientierung an UN-Entwicklungszielen): Kein Hunger, Gesundheit und Wohlergehen, hochwertige Bildung, Geschlechtergleichheit, sauberes Wasser, menschenwürdige Arbeit, weniger Ungleichheiten, nachhaltige Gemeinde, nachhaltige/r Konsum und Produktion, Maßnahmen zum Klimaschutz, Leben am Land, Frieden und Gerechtigkeit sowie Partnerschaften zur Erreichung der Ziele.



### Verpflichtende Indikatoren

<b>Erfüllt Bedürfnisse:</b>	
decken Grundbedürfnisse	100%
Statussymbol/Luxus	10%
<b>Dienen der Entwicklung</b>	
der Menschen	100%
der Erde/Biosphäre	80%
löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen	80%
<b>Nutzen der Produkte/Dienstleistungen</b>	
Mehrfachnutzen /einfacher Nutzen	100%
Hemmender/Pseudonutzen	10%
Negativnutzen	0%

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Biozertifizierung (Ende Umstellungszeit)
- ZL Bodenpraktiker für das Ackerland
- Anschaffung Maschinen zur biologischen Bodenbearbeitung
- Betriebsbesichtigungen/Vorträge/Informationsveranstaltungen
- Reduktion Rinderhaltung
- Kooperation m. Tiroler Umwelthanwaltschaft u.a.

### Verbesserungspotenziale/Ziele: -

*E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen*

Wir können bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

*E2 Beitrag zum Gemeinwesen*

Grundsätzlich ist jeder landwirtschaftliche Betrieb steuerpflichtig. Der Unterschied zu Unternehmen anderer Branchen ist die Berechnung der Steuerhöhe. Die Einkommenssteuer errechnet sich aus dem sogenannten Einheitswert und ist unabhängig davon, wie viel Ertrag bzw. Gewinn erwirtschaftet werden kann (gilt bis EUR 75.000,00 Einheitswert). Der Einheitswert ist u.a. von der Bodenbonität abhängig, d.h. je höher die Bodenqualität umso höher der Einheitswert, und liegt deutlich unter dem Verkehrswert. Als Bemessungsgrundlage für alle Steuern und Gebühren werden daraus auch Sozialversicherungsbeiträge, Grundsteuer und die sog. Abgabe f. land- und forstwirtsch. Betriebe errechnet. Aktueller Einheitswert Fohlenhof Astner: € 33.300,00 Landwirte haben außerdem die Wahl zwischen der Umsatzsteuerpauschalierung und der Regelbesteuerung in der Umsatzsteuer, die fünf Jahre bindend ist. Mit unserem Betrieb befinden wir uns derzeit in der Umsatzsteuerpauschalierung (13%).

<i>Direkter materieller Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens (2020)</i>	
<i>Sozialversicherung</i>	<i>€ 14.200,00</i>
<i>Einkommenssteuer</i>	<i>€ 11.500,00</i>
<i>Land- u. forstw. Abgaben</i>	<i>€ 300,00</i>
<i>Grundsteuer</i>	<i>€ 700,00</i>
<i>Summe</i>	<i>€ 26.700,00</i>
<i>Direkte materielle Unterstützungen</i>	
<i>Direktzahlung (Förderung)</i>	<i>€ 24.500,00</i>

Direktzahlungen für landwirtschaftliche Betriebe („Förderungen“):

Vgl. dazu <https://de.wikipedia.org/wiki/Direktzahlung>:

„Struktur und Inhalt von Direktzahlungen

Direktzahlungen sind nicht produktgebundene Subventionen und als solche an konkrete (sich ändernde) Auflagen geknüpft. Direktzahlungen werden von allen westlichen Industrienationen geleistet.

Neben Direktzahlungen zum Ausgleich von Standortnachteilen und Bewirtschaftungerschwernissen, z. B. im Berggebiet (Hangzulage), gibt es Direktzahlungen für „freiwillig“ erbrachte Leistungen (z. B. Sömmerungsbeiträge).

Direktzahlungen sind ein zentrales Steuerungsinstrument der Agrarpolitik. Es gibt allgemeine Direktzahlungen (grundsätzlich nicht nach Nutzung oder Gebiet differenziert) und ökologische Direktzahlungen (an konkrete Maßnahmen geknüpft).

Die ökologischen Direktzahlungen sollen Anreize für eine ökologische Bewirtschaftung schaffen. Sie sind weit weniger umstritten als die allgemeinen Direktzahlungen, da sie eine Leistung abgelten, die von großen Teilen der Bevölkerung auch gewünscht wird. Zum Teil werden aber auch der Verzicht auf eine zu starke Belastung der Böden und des Grundwassers durch schädliche Düngemittel abgegolten. In anderen Produktionssektoren (z. B. Schwerindustrie) werden gewisse ökologische Mindestanforderungen gesetzlich festgelegt, ohne dass die Produzenten ein Anrecht auf Ausgleichszahlungen hätten. Die Agrarwirtschaft ist in allen entwickelten Industrienationen durch das Subventionssystem und einen starken Protektionismus geprägt.

Seit 2005 sind die Direktzahlungen in der EU mit einem umfangreichen Katalog an Umwelt-, Natur- und Tierschutzverpflichtungen verbunden. Diese Cross Compliance genannten Verpflichtungen werden mit unangemeldeten Kontrollen überprüft und können beim Nachweis von Verstößen zu spürbaren Zahlungskürzungen führen.

Die Direktzahlungen sind eines der zentralen Elemente der Agrarpolitik. Sie ermöglichen eine Trennung von Preis- und Einkommenspolitik und von Produktion und Verdienst. Landwirte erhalten vom Staat Geld für bestimmte Leistungen, z. B. die Pflege der

Kulturlandschaft, die Erhaltung der natürlichen Ressourcen, einen Beitrag zur dezentralen Besiedelung oder die Erzeugung nachwachsender Rohstoffe (Energiepflanzenprämie), aber auch Flächenbeiträge, welche Landwirte aus dem einfachen Grund erhalten, weil sie landwirtschaftliche Flächen bearbeiten. Zudem erhalten diejenigen Landwirte, die sich besonders für den Umwelt- und Tierschutz einsetzen, zusätzliche Direktzahlungen.“

Für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens werden jährlich zwischen € 500,00 und € 1000,00 in Form von Sachspenden (Naturalien) und 20 Traktor- inkl. Fahrerstunden für div. örtliche Vereine aufgewendet. Eigennutzen: Werbung, Netzwerk, Präsenz und Kommunikation. Im Jahr 2020 reduzierten sich diese Leistungen pandemiebedingt auf nahezu Null, da weder Feste mit Bedarf an Sponsoring noch Vereinsaktivitäten mit entsprechender Unterstützung im Hintergrund stattfinden konnten. Zudem leisten Sylvia und Bernhard in Form von ehrenamtlicher Tätigkeit (GWÖ Koo-Team, Mitgliedschaft bzw. Funktionär:innentätigkeit in örtlichen Vereinen z.B. Tiroler Bäuerinnenorganisation, Musikkapelle Nikolsdorf) einen gesellschaftlichen Beitrag. Auch dieser zeitliche Aufwand reduzierte sich im Jahr 2020 auf ein Minimum.

Die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens bzw. von Sylvia und Bernhard fördern jedenfalls die Beziehung zu (potenziellen) Kund:innen und Transparenz des Unternehmens. Die freiwillige Gestaltung von Unterrichtsstunden bzw. Unterstützung bei div. Diplomarbeiten wirkt sich zudem positiv auf Bewusstseinsbildung, Erkennen von (natürlichen) Zusammenhängen, Kreisläufen... und Stärkung der Eigenverantwortung bei allen Beteiligten aus.

Unserer Wertvorstellung entsprechend ist das Ziel unseres betrieblichen Handelns nicht vorrangig eine höchstmögliche materielle betriebliche Wertschöpfung, sondern die Schaffung ideeller Werte, ein Beitrag zur (Bewusstseins-)Bildung, ein faires, gerechtes, respektvolles Miteinander von Menschen, Tieren und Natur eingebettet in ökonomisch sinnvolle Entscheidungen und Handlungen. Illegitime Steuervermeidung, Korruption und negativer Lobbyismus finden auf dieser Ebene keinen Platz.

### *E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung*

Wir können bestätigen, dass wir keinerlei Praktiken betreiben, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

### *E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention*

Wir können bestätigen, dass wir keine korruptionsfördernden Praktiken betreiben und dass keine Lobbying-Aktivitäten getätigt werden.

## *E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen*

Innerhalb der Landwirtschaft spielen neben dem CO<sub>2</sub>-Ausstoß der landwirtschaftlichen Fahrzeuge auch klimawirksame Gase wie **Ammoniak, Methan und Lachgas** eine Rolle. Lachgas ist ein weit klimaschädlicheres Gas als CO<sub>2</sub> (rd. 300 Mal schädlicher) und entsteht u.a. bei der Lagerung und Ausbringung von Gülle und Mist. Nun ist Mist aber Teil des Nährstoffkreislaufs und somit für die Erzeugung biologischer Lebensmittel bzw. die Bodenfruchtbarkeit besonders wichtig. Ein optimales Stickstoffmanagement (z.B. durch Zwischenfruchtanbau), eine dem Betrieb entsprechende Tieranzahl und besondere Maßnahmen in der Lagerung und Ausbringung von Mist (z.B. Einarbeitung des ausgebrachten Mist innerhalb weniger Stunden) wirken sich positiv auf Lachgasemissionen aus. Seit der Umstellung auf biologische Wirtschaftsweise unterliegen wir einer Stickstoffhöchstgrenze von 170kg N/ha/Jahr, die wir außerdem zu rd. 25% unterbieten. Dies wird durch den Anbau von Zwischenfrüchten (ohne Ernteertrag, sondern zur Verbesserung des Nährstoffhaushalts im Boden) und in Verbindung mit Eiweißpflanzen (Weißklee, Erbsen...) kompensiert. Die Reduktion von ca. 40 GVE auf ca. 20 GVE (2018 - 2020) wirkt sich zudem positiv auf die Methanemission aus.

Methan ist ein klimawirksames Gas, das bei der Verdauung von Wiederkäuern entsteht und vor allem in der Massentierhaltung ein großes Problem darstellt. An dieser Stelle möchten wir betonen, dass die Verantwortung unserer Meinung nach nicht ausschließlich in der Landwirtschaft liegt, sondern das Kundenverhalten (äußerst hoher Fleischkonsum zu extrem billigen Preisen) und die politischen

Rahmenbedingungen maßgeblich an der Überproduktion und Massentierhaltung beteiligt sind.

Durch die Meldung des Tierbestandes bei der AMA ergibt sich eine monatsaktuelle Durchschnittsberechnung hinsichtlich GVE. Diese GVE wirken sich auf die Stickstoffgrenzen aus und ermöglichen so ein optimales Stickstoffmanagement für den gesamten Betrieb. Derzeit werden diese Daten nicht aktiv veröffentlicht, können aber jederzeit auf Anfrage zur Verfügung gestellt werden.

Wasserverbrauch:

- Tierhaltung mit durchschnittlich ca. 40l/Tier/Tag.
- Reinigung landw. Maschinen, Gebäude
- KEINE Bewässerung unserer Felder (hoher Grundwasserspiegel von ca. 1,5m und Optimierung der Wasserspeicherung des Bodens durch Humusaufbau)

**Künstliches Licht:** im Stall nur in den Wintermonaten

**Kunststoffabfall:** Futterkonservierung PVC-Folien. Diese werden selbstverständlich ordnungsgemäß entsorgt bzw. nach Möglichkeit auch wiederverwendet.

Die **Verschmutzung öffentlicher Straßen** entfällt nahezu gänzlich, weil sich alle unsere Flächen rund um die Hofstelle befinden und keine öffentliche Straße befahren werden muss. Lt. Auskunft des LK-Präsidenten Josef Hechenberger sind wir in diesem Zusammenhang der einzige Betrieb tirolweit. Dies gilt ausdrücklich nicht für unsere landwirtschaftlichen Dienstleistungen, sondern für die Bewirtschaftung unserer eigenen Felder.

Außerdem liegen wir etwas außerhalb des Siedlungsgebietes, was sich vor allem positiv auf die **Lärm- bzw. Geruchsbelästigung** der Nachbarschaft auswirkt.

Indirekt mitverantwortlich für Lärm- und Umweltauswirkungen sind wir durch die Verpachtung von rd. 10ha unserer Eigenfläche an die Flugplatz-Lienz-Nikolsdorf Betriebsges.m.b.H. Wie bereits in E1 beschrieben, sinkt durch die Sicherstellung des aktuellen (kleinen) Flugplatzes die Wahrscheinlichkeit der Umsetzung diverser Pläne für einen ca. 4x so großen Regionalflugplatz mit entsprechend höherem



Lärm- und Emissionsaufkommen. Diesbezüglich stehen wir jederzeit gerne für eine sachliche, offene und faire Kommunikation auch mit der umliegenden Bevölkerung zur Verfügung.

In den vergangenen 2-3 Jahren haben wir auch in Bezug auf unsere Maschinen einen „Schritt zurück“ gemacht. Der John Deere 6830 (6 Zylinder, 5880 kg Eigengewicht) wurde 2015 verkauft. Außerdem haben wir entgegen dem brancheninternen Trend keine größeren, stärkeren Maschinen, Anhänger... zugekauft. Eine Optimierung hinsichtlich der kombinierten Verwendung von Einsatzgeräten ermöglicht zudem eine geringere Bodenverdichtung. Der Anbau von Nutzhanf (seit 2016) hat neben der ernährungsphysiologischen Bedeutung äußerst positiven Einfluss auf die Entgiftung und Lockerung des Bodens.

„So einfach wie bei Pkws, bei denen der CO<sub>2</sub>-Ausstoß pro km angegeben wird, ist es mit Lebensmitteln nicht. Das Klimagas entsteht nicht nur in den Motoren von Traktoren und Erntemaschinen. Viel wichtiger ist die Frage: Wie viel Energie setzt ein Betrieb ein, um seine Produkte zu erzeugen und wie geht er mit seinem Acker um. Und in diese Rechnung zählen eben auch Strom, Düngemittel, Pflanzenschutzmittel und sogar die Fruchtfolge. Es gibt deshalb nicht „die“ Treibhausbilanz der Milch oder des Weizens - von Betrieb zu Betrieb kann der Wert ganz unterschiedlich sein... Kommt die Veredlung ins Spiel, wird es noch komplizierter. Es wird Futter zugekauft, Tiere und Milch verkauft, Stroh wird zu Mist mit entsprechenden Lagerverlusten und gelangt wieder auf die Fläche und so weiter. Ökobetriebe erreichen hier normalerweise eine positive C-Bilanz - sie setzen weniger Energie ein und binden mehr C im Boden...“ (Quelle: Topagrar.com:

<https://www.topagrar.com/archiv/CO2-nicht-nur-der-Motor-macht-s-1184124.html>, Frank Berning)

### Verpflichtende Indikatoren

- Ausstoß klimawirksamer Gase in kg: nicht erhoben
- Transporte (und CO<sub>2</sub> Äquivalent) in km bzw. kg: nicht erhoben
- Dieserverbrauch (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in Liter bzw. kg: 10.000 Liter bzw. 26.000 kg/Jahr
- Stromverbrauch (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in kWh bzw. kg: 23.000 kWh bzw. 3.000 kg/Jahr
- Gasverbrauch (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in kWh bzw. kg

*Nicht relevant*

- *Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C: nicht erhoben*
- *Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m<sup>3</sup>:*
  
- *Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg: Keine Chemikalien*
- *Papierverbrauch in kg: nicht erhoben (Büroaufwand)*
- *Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg: nicht erhoben*
- *Künstlicheinsatz in Lumen, kWh: nicht erhoben*
- *Schadstoffemissionen in kg: nicht erhoben*

*Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:*

- *Anschaffung einer Photovoltaikanlage inkl. Speicher*
- *Rinderhaltung: Reduktion Tieranzahl*

*Verbesserungspotenziale/Ziele:*

- *Vertiefende Auseinandersetzung mit Ressourcennutzung, Emissionen und ökologischem Fußabdruck*
- *Kennzahlenerhebung*
- *Optimierungsstrategie*
- *Veröffentlichung relevanter Umweltdaten*

*E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen*

*Wir können bestätigen, dass wir nicht gegen Umweltauflagen verstoßen bzw. die Umwelt nicht unangemessen belasten.*

## *E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung*

Wir verfassen aktuell den zweiten Gemeinwohl-Bericht, der zur gesellschaftlichen Berichterstattung sowohl auf unserer Website [www.fohlenhofastner.at](http://www.fohlenhofastner.at) als auch auf [www.ecogood.org/de](http://www.ecogood.org/de) abrufbar ist. Zudem wird diese Form der Berichterstattung im Rahmen eines unabhängigen externen Audits überprüft.

Anrainer\*innen, Konsument\*innen, Kund\*innen und Campinggäste, Schüler\*innen verschiedener Altersgruppen, Student\*innen, Medienvertreter\*innen sowie Vertreter\*innen verschiedenster Organisationen (z.B. Tiroler Umweltschutz, Bio Austria, GWÖ) besuchen zudem regelmäßig unseren Betrieb und können sich unmittelbar vor Ort ein Bild von Lebens- und Arbeitsweise am Hof machen, mit uns in Dialog treten, Fragen (auch kritische) stellen und ihre Wünsche, Interessen, Anregungen, Ideen... kundtun.

Inhaltlich thematisieren wir in unserer täglichen Arbeit regelmäßig gesellschaftsrelevante Themen wie (Bio-)Diversität, Menschenwürde und Tierwohl, Bodenfruchtbarkeit und Humusaufbau, Kreislaufwirtschaft und Jahresrhythmus, Regionalität, Saisonalität, Ernährung u.v.m. Transparenz und Informationsaustausch fallen in den Zuständigkeitsbereich von Sylvia und Bernhard gleichermaßen. Ein offener und wertschätzender Austausch mit Berührungsgruppen ermöglicht uns zudem, uns zu entwickeln, Schwachstellen und Verbesserungspotenzial zu erkennen sowie eine Brücke zwischen Produzent\*innen und Konsument\*innen bzw. der nichtlandwirtschaftlichen Gesellschaft zu bauen.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- Veröffentlichung unseres ersten GWÖ-Berichts auf unserer Website
- Vermehrte Öffnung des Betriebs für diverse Berührungsgruppen

**Verbesserungspotenziale/Ziele: -**

*E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation*

Wir können bestätigen, dass wir keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreiten.

## Ausblick

*In den kommenden Jahren soll unser aktueller Gemeinwohlbericht jedenfalls in leicht lesbarer und ansprechender Form veröffentlicht bzw. aktualisiert werden. Wir wünschen uns, dass möglichst viele Menschen aus unserem Umfeld einen Impuls in Richtung GWÖ, alternative Wirtschaftsmodelle und unser aller Verantwortung erhalten. Über die betriebliche Berichterstattung hinaus wird Sylvia jedenfalls weiterhin im Tiroler Verein zur Förderung der Gemeinwohloökonomie als Mitglied des Koordinationsteams tätig sein.*

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

*Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.*

## Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

*Auf unserem Betrieb managt Sylvia als Hauptverantwortliche u.a. die Bereiche GWÖ, Kommunikation und Marketing. Im Rahmen dieser Tätigkeit sammelte sie die nötigen Daten und erstellte den Entwurf des Gemeinwohlberichts (ca. 100 Stunden). Als landwirtschaftlicher (steuerlich pauschalierter) Betrieb ergeben sich durchaus spezielle Herausforderungen in der GWÖ-Bilanzerstellung. Unterstützt wurde sie von Steuerberater Mag. Martin Kofler und Martina Weichsler (Arbeitskreisberaterin für den AK Unternehmensführung bei der LK Kärnten).*

*Als gewähltes Mitglied des Tiroler Vereins zur Förderung der GWÖ und Sprecherin der Osttiroler Gruppe organisierte sie gemeinsam mit Martin Kollnig (sun.e-solution) zwei vertiefende Workshops zur Rebilanzierung*

mit dem Beraterteam Armin Schmelzle und Ivo Knoll. Neben dem organisatorischen Aufwand wurden 10 Stunden für die WS-Teilnahme als Berichtsverantwortliche für Fohlenhof Astner aufgewendet.

Klärung offener Fragen, Diskussion und Finalisierung des Berichts gemeinsam mit Bernhard Astner (20 Stunden).

Gesamtstunden GWÖ-Berichtserstellung Rebilanzierung 130 Stunden.

Die Bilanzerstellung war für uns neuerlich ein spannender, interessanter, wertvoller aber auch aufwendiger Prozess. Wir sind stolz auf unsere Bereitschaft, uns und unseren Betrieb nach GWÖ-Werten reflektiert und damit einen innovativen, transparenten und zukunftstauglichen Rahmen für unsere weitere Arbeit gefunden zu haben. Die GWÖ-Familie ist darüber hinaus zu einem wertvollen Netzwerk für uns geworden.

Nikolsdorf, September 2021

