

# Gemeinwohlabilanz

---

Eissalon Leonardelli





## Projekt GWÖ

Die Franz Leonardelli KG ist seit 30.11.1998 im Firmenbuch des Wiener Handelsgerichts unter der Nummer FN 150259w eingetragen. Der Firmensitz ist 1210 Wien, Autokaderstraße 14-16/5.

Wir betreiben **Eissalons** an folgenden Standorten:

### **1200 Klosterneuburgerstrasse 50**

Die Familie Leonardelli erzeugt und verkauft seit über 100 Jahren Speiseeis in der Brigittenau. Das hier erzeugte Eis wird auch in die weiteren Filialen geliefert.

### **1210 B7 Ekazent Stammersdorf**

Wird als italienische Eisbar geführt, die von 1. März jeden Jahres bis 7. Jänner des Folgejahres geöffnet ist. Im Winter wird dort auch ein Punschstand betrieben.

### **3400 Hofkirchnergasse 14**

Der Eissalon mit großem Eisgarten wurde in den Wintermonaten 2008/2009 erweitert und modernisiert. Er ist der umsatzstärkste Betrieb.

Wir beschäftigen in der Eissaison, von März bis September bis zu 19 MitarbeiterInnen in verschiedenen Dienstverhältnissen. Insgesamt bieten wir somit 6 Vollzeit Jahresarbeitsplätze (FTE) an.

### **Besondere Leistungen:**

- Die Konzessionsurkunde vom 11. Juli 1900 weist den Eissalon Leonardelli als den ältesten Wiens aus
- Seit 2005 nehmen wir am ÖkoBusinessPlan der Stadt Wien teil, und wurden mit den „ÖkoBonus“ zweimal ausgezeichnet
- Mit unserem Bioeis „Müsli“ waren wir 2006 für den Umweltpreis der Stadt Wien nominiert
- Mit einigen Speiseeissorten sind wir von der ABG biozertifiziert

### **Bezug zur GWÖ**

Wir sind an nachhaltigem Wirtschaften interessiert, und wollen unser Bestreben in diese Richtung fortsetzen.

#### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at

**TESTAT : PEER EVALUIERUNG**

**GEMEINWOHL-BILANZ** 2012

für Eissalon Franz Leonardelli KG  
Begleitet von Manfred Kofrank und Christian Rührer

BERÜHRUNGSGRUPPE	WERT	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement					50 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement					20 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	50 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmer	D1: Ethische Kundenbeziehung	80 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmer	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL	40 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	0	Feindliche Übernahme Sperrpatente Dumpingpreise	Illegitime Umweltbelastungen Verstöße gegen Umweltauflagen Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte)	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung bei Gewinn Umgehung der Steuerpflicht für nicht-mitarbeitenden Gesellschafter	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung eines Betriebsrats Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister Exzessive Einkommensspreizung
		0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf [www.gemeinwohl-oekonomie.org](http://www.gemeinwohl-oekonomie.org)

Testat gültig bis 30.06.2014

**BILANZSUMME 360**





## **A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT**

*Wareneinkauf* (ca. 25% der Aufwendungen): Unser Speiseeis wird ausschließlich aus natürlichen Rohstoffen erzeugt. Künstliche Farb- und Aromastoffen finden keine Verwendung. 2012 gab es die Eissorten Erdbeer, Zitrone, Vanille und Schokolade als reine Bioprodukte. Kontrolliert von „Austria Bio Garantie“ Die Biorohstoffe dafür kauften wir bei der Firma „Mec3“ die mit „Respect“ eine eigene Biolinie fährt. Die Milch- Produkte wurden bei Rewe „ja, natürlich“ bezogen. Biozucker, Biohonig etc bekommen wir von „Bio Service Zach“ Die Eissorte „Biomüsli“ ist auch ein Vollwertprodukt, bei der raffinierte Zucker durch Honig ersetzt wurde. Ab März 2013 erzeugen wir das Milcheis mit Biomilch von NÖM. Das Fruchteis ist vegan. Wir führten auch Fairtrade Kaffee von „New York“ und Fairtrade Tee von EZA. Bio- Orangen/Apfelsaft sind von „Höllinger“ und „Bionade“ rudet das Biogetränkeangebot ab.

Die 3 Hauptlieferanten des Wareneinkaufes beliefern uns schon seit über 20 Jahren, was auf eine faire Preisbildung schließen lässt.

*Energie* (2,73%): Derzeitiger Anbieter ist Wien Energie, heuer ist ein Wechsel zu Ökostrom geplant. Weiters wurde das warme Kühlwasser der Eismaschinen in der Eisproduktion zum Waschen bzw. Vorwaschen genutzt.

*Reinigung* (0,56%): Reinigungsmaterialien für Maschinen und Geräte, Arbeitsflächen und Fußböden werden nach HACCP Richtlinie eingesetzt. Desinfektionsmittel werden auf alkoholischer Basis verwendet. Die Wäsche wird im benachbarten Wäschereibetrieb gewaschen, die ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien werden überprüft.

*Mieten* (7,64%): Auf die Expansion in großen Einkaufszentren wurde verzichtet auf Grund von philosophischen und distributionsrelevanten Überlegungen. Stattdessen wird in die bestehenden Standorte investiert, insbesondere wird der Mutterbetrieb (inkl. Eisproduktion) optimiert.

*Auto* (2,70%): Unser Fuhrpark besteht aus einem LKW und einem PKW. Wir sind auf bluemotion Technologie umgestiegen und von Bio Diesel wieder abgekommen.

*Afa* (5,54%): Bei der Anschaffung von Maschinen wird besonders auf Energieeffizienz und bei Beleuchtung auf LED Leuchtmittel geachtet. Beim Kauf unserer Maschinen achten wir auf hohe Qualitätsstandards und nutzen diese bis zum Ende des Produktzyklus. Auch unsere elektronische Ausstattung (Bsp. Notebook) nutzen wir bis Ende der Funktionstüchtigkeit.

### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at



*Werbung (0,81%):* Geworben wird hauptsächlich POS (Point of sale) also im Geschäft in Form von Flyer und Plakaten, gedruckt von einer ökoBusiness zertifizierten Druckerei. Facebook und Homepage dienen auch als Informations- und Kommunikations- Plattform.

*Beratung (1,5%):* Es wurde ein Umweltcheck von einem Ökobusiness Berater durchgeführt. Auf Grund dessen treten wir 2013 mit unserem übersiedelten Standort (1200 Klosterneuburgerstrasse 50) zur Erstausszeichnung des ÖkoBusinessPlan der Gemeinde Wien an. Die Hygiene wird durch einen externen Fachbetrieb überprüft. Begleitend werden auch Hygieneschulungen für die Crew durchgeführt.

*Restliche Aufwandsprozente:* Produktionskosten, Geschäftsführung, Personalkosten, Zinsen.



## **B1: ETHISCHES FINANZMANAGEMENT**

Als Hausbank haben wir eine kleine, kommunale Bank (Tullnerfelder Volksbank). Produkte seitens Volksbank sind z.B. der VB Ethik Fonds und VB Mündel Flex, sie bieten ebenso nachhaltige Anlagelösungen im VB Zertifikatebereich an. Es wurden bereits einige Kapitalschutzprodukte nach den strengen Kriterien der Nachhaltigkeit emittiert (Palette > 5% des Volumens).

Bei den Investitionen 2009 und 2013 legten wir 30% Eigenkapital durch nicht entnommen Gewinne vor. Weiters wurde mit öffentlichen Geldern (NÖ Fremdenverkehrsdarlehn und Nahversorgungsaktion der Stadt Wien) und Bankkredit finanziert. Lieferantenkredite lehnen wir ab um uns den Verhandlungsspielraum für den Einkaufspreis und die Produktqualität zu erhalten.

Die Mitarbeitervorsorgekassa sowie die Pensionskassa ist die Victoria Volksbanken AG.

Der Kommanditist (aus der Familie) hilft auch bei der Abdeckung von Liquiditätsengpässen ist an den Gewinnen beteiligt und lässt diese im Unternehmen.

### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at



## **C1: ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG**

### Arbeitszeiten:

Die Eissaison dauert von März bis September. In Ostösterreich gibt es aus meteorologischer Sicht 100 gute, 100 schlechte Eistage und 20 Tage, an denen sich entscheidet, ob eine Saison erfolgreich ist, oder nicht. Dieser Umstand erfordert den vollen Einsatz aller Arbeitskräfte zu umsatzstarken Zeiten und lässt in diesen keine flexible Arbeitszeitgestaltung zu.

Trotzdem werden monatliche Dienstpläne erstellt, bei denen auch ein fixer freier Tag eingebaut ist

Darüber hinaus ermöglichen wir insbesondere jungen Mütter/Väter nach Vereinbarung einen Urlaub von 7-10 Tagen in der Saison (branchenunüblich).

### Arbeitsplatzgestaltung:

Die Speiseeisvitrinen weisen eine Rahmenheizung im Bauchbereich auf.

Die Höhen der Arbeitsplätze sind alle ergonomisch gebaut.

Weiters werden alle Arbeitsplätze unfallevalluiert und die gesetzten Maßnahmen von der AUVA im zwei Jahres Intervall kontrolliert.

### Psychische und Physische Gesundheit:

Die Crew wird bei der Wahl des richtigen Schuhwerks und über die richtige Arbeitshaltung beraten.

Bei der Saison Kick off Veranstaltung wird auf die Stressbelastung und Stressbewältigung eingegangen.

Zur Konfliktvermeidung innerhalb des Teams werden Regeln aufgestellt (höflich, respektvoller Umgang miteinander).

Am Ende jedes Monats werden Arbeitsplatzzufriedenheit, persönliche Einschätzung der Arbeitsleistung und Feedback des Unternehmers schriftlich festgehalten.

Bei erheblichen Konflikten innerhalb des Teams werden externe Mediatoren/Seminar hinzugezogen (emotionale Intelligenz).

Angedacht wird an Sportveranstaltungen wie zum Beispiel den Vienna Business Run teilzunehmen (Team Geist stärken, Spaß an der Bewegung vermitteln).

### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at



Auf persönlichen Problemen wird prompt eingegangen und wenn möglich geholfen (z.B. kranke Kinder, besondere Lebenssituationen).

#### Selbstorganisation, Zufriedenheit, Sinnstiftung:

Innerhalb der Betriebe werden die Tätigkeiten von allen Mitarbeitern (job rotation) durchgeführt. Hierarchische Strukturen werden so verhindert. Auch das Trinkgeld muss innerhalb der Crew nach Schlüssel aufgeteilt werden.

Am Ende der Saison werden besondere Leistungen prämiert, und auch der Preis für die beste Teamleistung vergeben. Damit soll vermittelt werden, wie wichtig diese für das interne Klima, Spaß an der Arbeit und den Unternehmenserfolg ist.

Am Ende des Dienstverhältnisses wird ein Fragebogen eingesammelt, der auch das Erreichen persönlicher und beruflicher Ziele der Mitarbeiter zum Inhalt hat.

Allein durch unser Unternehmensleitbild (Bio, Vollwert, Fairtrade) informieren wir unser Team über gesunde Ernährung.

Selbstverständlich dürfen unsere Produkte von unserem Team frei konsumiert werden.

#### Gleichstellung und Gleichbehandlung von Mann und Frau:

Die Löhne sind transparent und für alle offen gelegt.

Der Frauenanteil beträgt durchschnittlich 90%.

Die Jobangebote werden diskriminierungsfrei ausgeschrieben. Bei der Einstellung spielen Geschlecht, Religion oder Nationalität keine Rolle.

## **C2: GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT**

Wie schon beschrieben schwanken die Umsätze in einer Eissaison stark bis zu einer Zehnerpotenz. Deshalb wird erwartet, dass die Bereitschaft zu (bezahlten) Überstunden vorhanden ist. Beim Einstellungsgespräch wird darauf hingewiesen und im Dienstvertrag schriftlich festgehalten.

Damit die Arbeit innerhalb der Saison gut funktioniert ist die Stammcrew meist bestrebt viele (immer bezahlte) Arbeitsstunden zu leisten um

### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at



Routine in den Abläufen zu erhalten. Darüber hinaus werden auch Geringfügige und Teilzeit Beschäftigungen akzeptiert.

Darüber hinaus ermöglichen wir insbesondere jungen Mütter/Väter nach Vereinbarung einen Urlaub von 7-10 Tagen in der Saison (branchenunüblich).

### **C3: FÖRDERUNG DES ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN**

Allein durch unser Unternehmensleitbild (Bio, Vollwert, Fairtrade) lernt die Crew diese Lebensmittel kennen und die Vorzüge gesunder Ernährung zu schätzen.

Selbstverständlich dürfen unsere Produkte wie Speiseeis, Früchte, Getränke von unserer Crew frei konsumiert werden.

Innerhalb Wiens fahren fast alle öffentlich zum Dienst. In Klosterneuburg arbeiten Damen aus Wien und Tulln, da der Arbeitsmarkt in Klosterneuburg sehr dünn ist. Dorthin wird vor allen wegen der Öffnungszeiten (Dienstende ca. 22:30) mit Auto angereist. 2009 hielten wir einen „Energietag“ ab bei dem die Crew über Kyoto Protokoll, Sinnvollen Umgang mit Energie und Abfallwirtschaft von einer externen Trainerin informiert wurden.

Prestigeträchtige Autos gehören nicht zum Fuhrpark.

Wenn Franz Leonardelli nicht Eis liefern muss, fährt er im Sommer mit dem Fahrrad in die Klosterneuburgerstraße.

2013 wird der Crew die Errechnung des eigenen Ökologischen Fußabdrucks erklärt.

### **C4: GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS**

Bei Normalarbeitszeit (40 Stunden) verdienen Crewmitglieder mehr als € 1.250,- (Nettobezug inklusive Trinkgeld).

Auf die Arbeitszeit gerechnet liegt der Stundensatz für private Entnahmen ca. beim 2,5 fachen des Stundenlohns der Crew.

### **C5: INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ**

#### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at



Innerbetriebliche Transparenz ist uns sehr wichtig. Offen werden Unternehmensziele definiert und mit der Stammcrew deren Hintergrund besprochen und erarbeitet. Durch die relativ hohe Fluktuation im Saisongeschäft ist die breitere Entscheidungsfindung nicht sinnvoll.

#### Kompetenz- Entscheidung- Verantwortung- Kontrolle

Da die Festlegung des Unternehmensplans kann meiner Meinung nach nur der oder die festlegen, die dafür Verantwortung tragen. Das sind die Eigentümer.

Die Verantwortung im Tagesgeschäft und in der strategischen Ausrichtung zu übernehmen heißt auch rechtlich und finanziell dafür zu haften.

Auch die Kontrolle der rechtlichen Bestimmung und der ehrlichen Geldgebarung muss in Eigentümerhänden und deren externen Berater liegen. Natürlich alles transparent und dokumentiert.

Unsere Crew muss keine Fehlbeträge in der Kassa ersetzen.

Innerhalb des Unternehmens wird gerne der Ausdruck „Crew“ (anstatt „Team“, „Mannschaft“ oder ähnlichem) verwendet. Gemeint sind alle im Unternehmen arbeitenden Personen. Ähnlich wie bei einem Segelboot, sind alle Spezialisten für eine/ihre spezielle Tätigkeiten - am Schiff sind das Navigator, Smootie, Taktiker, Rudergänger,... Mit ihrer Aufgabe sind sie alle absolut gleichwertig. Für Koordination der Crewmitglieder steht der Skipper, der letzte Entscheidungen trifft.

#### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at



## **D1: ETHISCHES VERKAUFEN:**

Alle unsere Produkte sind preiswürdig und beinhalten keine überhöhten Aufschläge. Auch die kleinsten Verabreichungs- Größen können im Lokal konsumiert werden. Das Glas Wasser ist jederzeit für alle gratis.

Die Preise sind öffentlich ausgezeichnet (Pult, Speisekarte, Homepage) und werden auch bei Konsumententests immer wieder innerhalb der Branche verglichen.

Informiert und diskutiert wird öffentlich über Homepage und Facebook. Regelmäßig finden Schulung bezüglich Produkte und Kommunikation statt.

Mit Hilfen von Flyern und Informationen auf Homepage/Facebook informieren wir aktiv unsere Kunden über die Zusammensetzung und Qualität unseres Speiseeises sowie speziell über Bio/Vollwerteis und unsere Fair Trade Produkte.

Konstruktives Beschwerde Management ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Crewausbildung. Durch die regelmäßige und häufige Präsenz der Eigentümer in den Geschäften werden Beschwerden prompt, persönlich und großzügig behandelt und das schon seit Beginn der Expansion (1994). Der direkte Kontakt zu den Kunden ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensphilosophie.

Anregungen, Wünsche und Beschwerden der Kunden werden immer gerne angenommen und dann unternehmensintern diskutiert. Es ist schon vorgekommen, dass so beispielsweise ein neuer Eiscoup entstanden ist. Sichergestellt wird das auch durch die eben erwähnte häufige Präsenz von Franz und Brigitte Leonardelli in den Geschäften. Im Normalfall arbeiten sie an bestimmten Tagen in bestimmten Filialen. Die Kunden wissen und schätzen das. Durch diesen Umstand werden auch Stimmungen innerhalb der Teams der einzelnen Geschäfte früh wahrgenommen.

## **D2: SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN:**

In der Berufsgruppe Eissalon findet kooperatives Marketing statt. Beispiele: St. Anna Kinderspital, Essen für die Gruft, „Eissorte der Saison“,...

Andere Gastronomen (z.B. Kaffeehäuser), die unser Eis selbst verkaufen wollen, werden an einen Mitbewerber kooperativ weitergeleitet, von dem uns bekannt ist, solche Aufträge gerne anzunehmen.

### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at



In der Wiener Eisbranche grundsätzlich ist es üblich kollegial und kooperativ zu arbeiten. Bei Fachmessen wird regelmäßig Erfahrungen und Information beispielsweise über energieeffizienten Maschinen ausgetauscht. Jährlich wird ein „Eis des Jahres“ von der Berufsgruppe ausgewählt und beworben. Auch der Besuch in anderen Eisgeschäften mit persönlichen Gesprächen ist seit jeher üblich.

Der Tullner Standort wurde auf Grund der zu langen Transportwege an den dort ansässigen Mitbewerber verkauft.

### **D3: ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

Speiseeis ist ein ökologisches Produkt. Bis zu 60% werden in essbaren Tüten verabreicht, so dass überhaupt keine Rückstände bleiben. 25 % sind Pappverpackungen, die leicht verbrannt werden können, ca. 15 sind Styroporboxen. Die Löffel sind aus Plastik. Die Getränke werden in Pfandflaschen verabreicht

Die Verpackungsart „Styroporbox“ wird, wenn sie unbeschädigt und sauber vorgelegt wird, wiederbefüllt. Extra beworben wird es nicht, da bei der Ablehnung durch Verschmutzung Konfliktpotential mit den Gästen vorhanden ist.

Die ökologische Sinnhaftigkeit der Styroporbox durch Maisstärke ist umstritten und daher (noch) nicht umgesetzt.

Mit Hilfen von Flyern und Informationen auf Homepage/Facebook informieren wir aktiv unsere Kunden über die Zusammensetzung und Qualität unseres Speiseeises sowie speziell über Bio/Vollwerteis und unsere Fair Trade Produkte.

### **D4: SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

Da die Einkommenssituation der Gäste nicht erkennbar ist, sind vor der Eisvitrine alle Gäste gleich.

Kindergarten und Schulklassengruppen werden beim Besuch kostenlos Warengutscheine überreicht.

#### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at



Am Schulschlussstag bieten wir seit 20 Jahren eine Gratiseisaktion für Schüler an.

Eine direkte soziale Preisstaffelung gibt es nicht, aber es wird angedacht die Kunden aktiv über das Konzept „suspended coffee“ zu informieren.

Wir haben in den letzten Jahren beim Umbau unserer Geschäfte auf Barrierefreiheit geachtet. Wo die Barrierefreiheit nicht möglich ist, wird der Verkauf unkompliziert anders ermöglicht (Beispiel: den Rollstuhl Gästen wird das Eis gebracht).

Die Gestaltung einer barrierefreien Homepage wird angedacht.

## **D5: ERHÖHUNG DER SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS**

Von der Berufsgruppe Eissalon wird jährlich eine Spendenaktion für die Krebshilfe des St. Anna Kinderspitals durchgeführt.

Das internationale Label „Art Glase) setzt vermehrt natürliche, regionale und biologische Lebensmittel ein. Diesen Trend haben wir mitgestaltet (Vollwertbioeis, Ökobusiness Plan).

Der Einsatz von Bio Rohstoffen ist oft mit höheren Kosten verbunden, die nicht den Kunden weitergegeben werden.

In den letzten Jahren ist bei den Wiener Eisgeschäften ein Vermehrter Einsatz an Bio Rohstoffen, insbesondere Bio Milch zu bemerken. Beispiele: Eissalon am Schwedenplatz (Molin Pradel), Eisgreisler,...

Der Einsatz von Bio Butter ist wirtschaftlich noch nicht möglich, da der Preis zu hoch.



## **E1: SINN UND GESELLSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG DER PRODUKTE/DIENSTLEISTUNGEN**

Eis ist ein Genussmittel, das das Leben versüßt, aber nicht unbedingt notwendig für ein Überleben ist. Ein Eis schafft freudige Momente des Genusses, der Entspannung und der sozialen Begegnung.

Wir schaffen mit unseren Eissalons einen Treffpunkt für gesellschaftliche Zusammenkünfte aller Altersklassen und sozialen Schichten. Dabei sind wir auch direkter Ansprechpartner unserer Gäste. „Qualitativ hochwertiges Eis im gemütlichen Ambiente“ ist ein Leitspruch von uns.

Beispielsweise freuen wir uns regelmäßig über den Besuch ältere Menschen, die, anstatt zu Hause ihren Eiskaffee zu trinken, einen Ausflug zu uns machen. Für sie ist bestimmt nicht nur die bessere Qualität des Eises der ausschlaggebende Grund, sondern auch nette Atmosphäre und persönliches Gespräch. Ebenso machen viele Familien kleine Ausflüge zum Eissalon in Klosterneuburg oder Radfahrer belohnen sich für ihren Fleiß mit einem kleinen Eis.

Im „Vergleich zu Alternativen mit ähnlichem Endnutzen“ kann der interaktive Treffpunkt eines traditionell geführten Eissalons gegenüber amerikanischen Massenkettens positiv hervorgehoben werden.

Bezüglich gesundheitlichem Aspekt können wir auf die Tatsache verweisen, dass wir ausschließlich natürliche Rohstoffe verwenden. Unser Fruchteis ist laktosefrei und die Eissorten, die mit Hilfe von Stevia gesüßt werden, auch zuckerfrei (Diabetiker, Laktoseintoleranz,...).

Dazu kommt, dass die Eismenge meistens gering ist – ca. 1-4 Kugeln pro Person. So können keine negativen Auswirkungen auftreten und machen damit diese Form von Genussmittel sehr bekömmlich.

## **E2: BEITRAG ZUM GEMEINWESEN**

### Leistungen:

Regelmäßige Spenden an verschiedenste soziale- oder Umweltschutzorganisationen sind für diese eine kalkulierbare Einnahme.

Die Berufsgruppe Eissalon unternimmt jedes Jahr eine Spendenaktion für die St. Anna Kinderkrebsforschung.

### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at



Wir bieten Schülern und Studenten an, bei uns ein bezahltes Feriapraktikum oder ähnliche berufsunterstützende Praktika im Zuge ihrer Ausbildung zu absolvieren.

Außerdem stehen wir gerne für Projektarbeiten (Marketingplan,...) als Betrieb zu Verfügung.

Wie im Punkt E1 beschrieben, sehen wir uns als Ort gesellschaftlicher Zusammenkunft, an dem kollektive Güter wie Wissen ausgetauscht werden können.

### **E3: REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN**

Wir verweisen auf unsere Teilnahme am Ökobusiness Plan der Stadt Wien seit 2005. Im Zuge dessen wurden wir für den Umweltpreis in der Kategorie Innovation nominiert.

Das Kühlwasser der Produktionsmaschinen wird in der Produktion zum Waschen bzw. Vorwaschen verwendet.

Geschirrspüler werden erst beim ersten Bedarf in Betrieb genommen (nicht automatisch beim Aufsperrern aufgedreht).

Wir führen seit 2005 ein Abfallwirtschaftskonzept mit Fraktionierter Mülltrennung.

Unsere Strategie ist die Verarbeitung biologischer Produkte wo immer wirtschaftlich möglich (Bio Milch, Bio Erdbeeren – wenn verfügbar, Bio Müsli,...).

In den neuen ausgestatteten Standorten wird nur noch LED Technologie eingesetzt.

2013 wird auf Ökostrom umgestellt.

Beim Kauf unserer Maschinen achten wir auf hohe Qualitätsstandards und nutzen diese bis zum Ende des Produktzyklus. Auch unsere elektronische Ausstattung nutzen wir bis Ende der Funktionstüchtigkeit.

Alle Standorte sind öffentlich sehr gut erreichbar.

Auf die Etablierung in großen Einkaufszentren (zB G3) wurde bewusst verzichtet. Als großer Nachteil wird neben den langen Anfahrtswegen (oft mit Auto) von Mitarbeiter und Kunden auch die langen Transportwege gesehen.

#### **Franz Leonardelli KG**

A-1210 Wien Autokaderstraße 14-16/5 ~ UID: ATU41536600  
Tel.: +43 676 304 96 84 ~ Fax: +43 1 271 98 02 ~ leonardelli@aon.at



Der Tullner Standort wurde auf Grund der zu langen Transportwege an den Mitbewerber verkauft.

#### **E4: MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE**

Es findet keine Gewinnausschüttung an Externe statt.

#### **E5: GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG**

In Zuge des Betriebsanlagengenehmigung Verfahrens, dem in Österreich ein jeder Gewerbebetrieb unterliegt, haben sowohl die Gemeinde als auch die Anrainer Mitbestimmungsrecht.

Für den Erhalt unsere Zertifikate als Ökobonus Betrieb und Austria Bio Garantiebetrieb, müssen wir alle relevanten Unterlagen offen legen

#### **Wir legen eine GWÖ Bilanz**

Franz Leonardelli

Wien, 2013-05-12