

H₂Ö

Das Handbuch

Alles über das fächerübergreifende, virtuelle
Musterunternehmen von MANZ



Auflage 2012



Mit der virtuellen **H2Ö GmbH**, dem fächerübergreifenden Musterunternehmen, werden Ihre Schülerinnen und Schüler die praktische Relevanz des Wirtschaftswissens hautnah erleben und fundierte Handlungskompetenz aufbauen können.



Das Ziel, der Erfolg des Lehrens und Lernens, ist **das Wissen**.
Dieses Wissen sehen wir nicht als Widerspruch zum nötigen Praxisbezug.
Ganz im Gegenteil: Wir verstehen Wissen als Symbiose von „Know-what“, „Know-how“ und „Know-why“. Wir verstehen Wissen als Fundament praktischer Handlungskompetenz.

Mit mehr als 200 Schulbuchtiteln steht das Verlagsprogramm des MANZ Verlag Schulbuch ganz im Zeichen der Bildung.
Gemeinsam mit ca. 300 Fachautorinnen und -autoren arbeiten wir dafür, Ihnen Produkte zu liefern, mit denen Lehren und Lernen zum Erfolgserlebnis werden.



H₂O

Trink. Wasser.

NATURAL SPRING WATER

Inhalt

DAS ZIEL	7
DIE PHILOSOPHIE	11
DAS GESELLSCHAFTLICHE UND WIRTSCHAFTLICHE UMFELD	15
DAS UNTERNEHMEN	19
DIE FUNKTIONSBEREICHE	35
DIE RECHTLICHEN RAHMENBEDINGUNGEN.....	43
WIRTSCHAFT ERLEBEN, VERSTEHEN UND GESTALTEN	47
Impressum	56

In dieser Aktualisierung wurden (ausgehend von der Auflage 2011) Ergänzungen bzw. Änderungen in folgenden Bereichen vorgenommen:

- S. 26: Das Unternehmen (Entwicklungen der H2Ö GmbH 2012)
- S. 27: Das Management, die Mitarbeiter/innen und die Organisation (Neue Mitarbeiter/innen)
- S. 28: Kundencenter (Buchhaltung > Rechnungswesen und Controlling)
- S. 31/32: Die Preise (leichte Preiserhöhungen, neues Produkt 0,33-l-Karaffe)
- S. 33: Das Rechnungswesen und Controlling (GuV 2011, Bilanz 2011)
- S. 36: Die Lieferanten (neuer Lieferant für Glasmanufakturen: Oktalz GmbH)
- S. 44: Unternehmensdaten 2011

H₂O

Trink.Wasser.

Das Ziel

Wirtschaft erleben, verstehen
und gestalten



EIN FÄCHERÜBERGREIFENDES MUSTERUNTERNEHMEN.



Mit der H2Ö GmbH gründet MANZ ein fächerübergreifendes, virtuelles Musterunternehmen, mit dem die Zusammenhänge zwischen den Lerninhalten innerhalb eines Faches, aber auch zwischen den verschiedenen Fächern praxisnah verdeutlicht werden können.

Die Aufgabenstellungen im Kontext der **H2Ö GmbH** ergänzen die bestehende Unternehmens- und Branchenvielfalt der Beispiele in den Büchern. Sie ermöglichen es, die Zusammenhänge betrieblicher Vorgänge und unternehmerischer Entscheidungen aufzuzeigen. **Schülerinnen und Schüler können durch die Bearbeitung der H2Ö-Beispiele innerhalb des Unternehmens in verschiedene Rollen schlüpfen und auf diese Weise Wirtschaft hautnah erleben und verstehen lernen.**

Die Gründung der **H2Ö GmbH** verfolgt aber nicht nur das Ziel, die Entwicklung kaufmännischer Fähigkeiten und unternehmerischen Know-hows zu fördern. **H2Ö will im Einklang mit den allgemeinen Bildungszielen der Lehrpläne auch dazu beitragen, Werte und Kompetenzen von allgemeiner gesellschaftlicher Relevanz zu vermitteln:** die Bewahrung einer menschengerechten Umwelt und Zukunft für alle; Wirtschaft als Teil der gesamten Gesellschaft, Verantwortungsbewusstsein für die Folgen wirtschaftlichen Handelns, verantwortliche Mitgestaltung von Staat und Gesellschaft.

Das virtuelle Musterunternehmen von Manz vermarktet ein Gut, das die Grundlage allen Lebens ist: Wasser. Dieses lebenswichtige Gut wird weltweit immer knapper, und selbst in Österreich ist Wasser mit Trinkwasserqualität nicht mehr immer und überall im Überfluss vorhanden. Gerade weil es sich bei Trinkwasser um ein so knappes, wertvolles und lebensnotwendiges Gut handelt, kann man seine Verteilung und Vermarktung nicht nur unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten sehen. Deshalb verknüpft die **H2Ö GmbH** ihr Streben nach betriebswirtschaftlichem Erfolg mit sozialem und ökologischem Engagement im globalen Maßstab.

Sehr viele Menschen brauchen für ihre überlebenswichtige Versorgung mit Trinkwasser Unterstützung, sei es durch die Lieferung von Trinkwasser in akuten Notsituationen, sei es durch technische oder finanzielle

Hilfe bei der Aufbereitung von nicht trinkbaren Wasservorräten. Diese Unterstützung und Hilfe leistet die H2Ö GmbH. Die dafür nötige Wirtschaftskraft entwickelt das Unternehmen daraus, dass es den Wasserreichtum Österreichs und die Qualität österreichischer Natur- und Handwerksprodukte in Österreich wirtschaftlich erfolgreich nutzt.

Wir sind überzeugt, mit dieser unternehmerischen Grundidee Jugendliche für wirtschaftliche Sachverhalte, Prozesse und Zusammenhänge interessieren zu können. Die **H2Ö GmbH** ist zwar kein reales Unternehmen, aber sie ist ein realistisches Musterunternehmen, mit dem wir ausgetretene Pfade verlassen und aufzeigen, dass man mit innovativen unternehmerischen Ideen und Konzepten neue Perspektiven für kompetentes und verantwortungsbewusstes Wirtschaften eröffnen kann.

Reale Bildungsziele der virtuellen H2Ö GmbH:

- **Praxisrelevanz der Lerninhalte an Beispielen erläutern und so das Interesse der Schülerinnen und Schüler fördern**
- **den systematischen Zusammenhang zwischen den Lerninhalten eines Faches leichter nachvollziehbar darstellen**
- **betriebswirtschaftliche Sachverhalte in ihrer Vernetzung erlebbar machen**
- **Werte und Einstellungen vermitteln und Alternativen aufzeigen**

H₂Ö

Trink. Wasser.

Die Philosophie

Wasser ist Leben

Der Hochschwab – eine Seelenlandschaft



Wasser ist Leben

Wasser und besonders Süßwasser mit Trinkwasserqualität ist einer der wertvollsten Rohstoffe, den uns die Erde bietet. Doch es ist sehr ungleich verteilt. Nach einem Bericht des WWF Deutschland leiden bereits heute etwa vier Milliarden Menschen unter akutem Trinkwassermangel. Auf dem „UN-Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung“ in Johannesburg setzte man sich 2002 ein ehrgeiziges Ziel: Bis zum Jahr 2015 soll die Zahl der Menschen, die keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser haben, halbiert werden.

Gerade Österreich könnte bei der Verfolgung dieses Ziels eine wichtige Rolle spielen. Denn Österreich ist eine (Wasser-)Insel der Seeligen! **Wie kann man mithilfe des Trinkwassers, das in unserem Land im Überfluss vorhanden ist, erfolgreich gegen die steigende Trinkwasserknappheit auf unserem Planeten ankämpfen?**

Die Antwort auf diese Frage fanden die beiden Wirtschaftsuni-Absolventen Lea Schreiner und Lucas Turek in einem völlig neuartigen Prinzip verantwortungsvollen regionalen Wirtschaftens:

Sie erfanden eine innovative Technik für eine effiziente und umweltschonende Wasserabfüllung direkt an der Quelle. Sie gründeten im Jahr des UN-Weltgipfels das Unternehmen H2Ö, um reinstes österreichisches Quellwasser gemeinsam mit regionalen österreichischen Natur- und Handwerksprodukten direkt in Österreich zu vermarkten. Daran knüpften sie die unternehmerische Verpflichtung, mit einem Teil des erwirtschafteten Kapitals eine unbefristete Kampagne „Wasser ist Leben“ zu starten. **Die H2Ö GmbH setzte es sich zum Ziel, in Gebieten mit Trinkwassermangel sowohl Akuthilfe in Katastrophenfällen zu leisten als auch den Aufbau nachhaltiger Wasserversorgungssysteme vor Ort zu unterstützen.**

H2Ö ist heute ein florierendes Unternehmen, das wesentlich zur regionalen Arbeitsplatzschaffung in Österreich beiträgt. Gleichzeitig ist es H2Ö gelungen, den wertvollen Rohstoff Trinkwasser und das Know-how über seine Nutzung aus Österreich in jene Regionen unseres Planeten zu bringen, die unter Trinkwassermangel leiden.

Wir, das Team von H2Ö, verstehen Wirtschaft als ein ganzheitliches System, das auf dem Prinzip von Geben und Nehmen beruht. Unsere Produkte und Leistungen sind das Ergebnis unserer wichtigsten unternehmerischen Grundsätze:

- Die von uns produzierten Lebensmittel sind reinste, unverfälschte und biologische Naturprodukte – vom reinen Quellwasser bis zum biologischen Fruchtsirup.
- Bei allen unseren Produkten setzen wir konsequent das umweltverträglichste Verpackungssystem ein – in der Regel Mehrwegverpackungen.
- Wir nutzen und fördern regionale Wirtschaftsstrukturen, um Arbeitsplätze in der Region zu schaffen und zu sichern sowie den Transportaufwand gering zu halten.
- Wir stärken regional herausragende Wirtschaftszweige (z. B. Glasmanufakturen, Biobauern), um ein verantwortungsbewusstes Wirtschaften zu unterstützen, das den Menschen und seine Umwelt in den Mittelpunkt stellt.
- Wir sind überzeugt, dass unsere Verantwortung nicht bei unseren Produkten endet. Deshalb beweisen wir mit unserer Kampagne „Wasser ist Leben“ ein dauerhaftes entwicklungspolitisches Engagement in globalem Maßstab.



Der Hochschwab – eine Seelenlandschaft

„Wer hier nur Wald und Felsen sieht, hat nichts begriffen. Der Hochschwab ist nicht eigentlich Gebirg', er ist eine Seelenlandschaft: weit und eng, sanft und schroff – und so romantisch“, schreibt Peter Baumgartner über den Hochschwab. Viele, die den „Schwab'n“ immer wieder besuchen, können das nur bestätigen: In dieser weiten Gebirgslandschaft findet der Wanderer Vielfalt und Gegensätze – Wald und Ödland, schroffe Kalkwände und weite Hochflächen, Almen, Täler und unzählige Seen (z. B. Sackwiesensee, Grüner See und Pfarrerlacke), Quellen und Höhlen (z. B. Frauenmauerhöhle, Pfaffing-Tropfsteinhöhle, Langstein-Eishöhle), eine Landschaft, in der die Seele Ruhe finden kann.

Doch der Hochschwab hat noch viel mehr zu bieten: **Die Eiszeit hinterließ einen großen Schotterkogel, der in seinem Inneren gewaltige Wasservorräte birgt, die schon seit vielen Jahren Wien und Graz, aber auch viele kleinere Gemeinden mit ausgezeichnetem Trinkwasser versorgen.** Auf diesem naturgeschützten Schotterkogel, dem sogenannten Karlschütt, findet sich ein außergewöhnlich großer Wacholderbaumbestand mit vielen Jahrhunderte alten Bäumen.

Damit noch nicht genug: Das Hochschwabmassiv gilt als die Heimat der Gämser und bietet Lebensraum für den größten Gamsbestand Europas. Der Naturliebhaber findet hier auch eine mannigfaltige Alpenflora. Neunzehn verschiedene Orchideenarten, die bekannteste davon ist wohl der Frauenschuh, Lilien-, Enzian- und Rosengewächse sowie Seidelbast und Waldakelei können am Hochschwab bewundert werden.

Ein paar Daten lassen die beeindruckende Mächtigkeit des steirischen Naturdenkmals zumindest erahnen: Das gesamte Hochschwab-Massiv mit seinen rund 100 Gipfeln erstreckt sich über 590 km². Die höchsten Erhebungen sind neben dem Hochschwabgipfel (2.277 m) der Zägelkogel (2.255 m), der G'hacktkogel (2.214 m), der Große Ebenstein (2.123 m), der Severinkogel (2.038 m) und der Große Griesstein (2.023m). Der Hochschwab wurde erst 1895 zum ersten Mal bestiegen.

Wenn Sie mehr wissen wollen: Alle Details zum Hochschwab und seiner Bedeutung für die Wasserversorgung gibt es auf den Internet-Seiten der Zentral-Wasserversorgung Hochschwab Süd GmbH (<http://www.zwhs.at/>).

H₂O

Trink.Wasser.

Das gesellschaftliche und wirtschaftliche Umfeld

Umfeldentwicklungen haben
Auswirkungen auf ein Unternehmen.



Das regionale und globale Umfeld

Wasser bedeckt zwei Drittel der Erdoberfläche. Aber nur 2,5 Prozent davon sind Süßwasservorkommen. Und diese liegen zum Großteil unerreichbar unter der Erde oder sind in den polaren Eiskappen gebunden. Nur ein Prozent des Süßwassers ist den Menschen unmittelbar zugänglich.

Für jeden Menschen ist Wasser unverzichtbar. Die Versorgung mit Trinkwasser ist allerdings keine Selbstverständlichkeit. Vielmehr bedrohen der fehlende Zugang zu sauberem Trinkwasser und eine mangelhafte Abwasserentsorgung die Gesundheit von hunderten Millionen Menschen weltweit. Auf Initiative verschiedener NGOs und infolge öffentlicher Diskussionen hat daher die UNO das Jahrzehnt zwischen 2005 und 2015 unter dem Motto „Water for Life“ zur Dekade des Wassers erklärt. In den Industrieländern wird dieser Leitsatz auch unter dem Blickwinkel der Themen Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein betrachtet. Dabei kommt es innerhalb der Gesellschaft durchaus zu einem Spannungsverhältnis zwischen Ökonomie und Ökologie.

Im globalen Vergleich ist Österreich ein überaus wasserreiches Land. In einem durchschnittlichen Jahr könnte Österreich die sechsfache Menge seines gegenwärtigen Trinkwasserkonsums nutzen, ohne die günstige Situation negativ zu beeinflussen. Das österreichische Trinkwasser wird zu etwa 50 % aus Grundwasser und zu etwa 50 % aus Quellwasser gewonnen. Fast 100 % der heimischen Bevölkerung können mit sauberem Grund- oder Quellwasser versorgt werden.

Österreich ist sich des hohen Wertes der Ressource Wasser bewusst. Sowohl rechtliche als auch wirtschaftliche und ökologische Überlegungen stehen aber einem Export von Trinkwasser in großem Umfang entgegen. Die einschränkenden gesetzlichen Bestimmungen finden sich vor allem im österreichischen Wasserrecht. Aus wirtschaftlicher und ökologischer Sicht ist der Transport von Wasser über größere Entfernungen nicht sinnvoll: Pipelines, Tankschiffe oder Containertransporte sind sowohl unwirtschaftlich als auch ökologisch unverträglich. Die

H2Ö GmbH setzt daher auf die Vermarktung österreichischen Wassers und österreichischer Natur- und Handwerksprodukte in Österreich und nutzt dieses ökonomische Potenzial für die Unterstützung sozialer und ökologischer Wasserversorgungsprojekte in globalem Maßstab. Wasserexporte über große Entfernungen wickelt die H2Ö GmbH ausschließlich in Form von Hilfslieferungen im Rahmen ihrer Aktion „Wasser ist Leben“ ab.

Eine Reihe von Förderungsmaßnahmen seitens des Bundes, der Länder und der Gemeinden für innovative Unternehmen mit ökologischer bzw. ethischer Ausrichtung begünstigt in Österreich die Entwicklung eines weltweit anerkannten Know-hows im Bereich der Wasserwirtschaft. Dieses wird sowohl im Rahmen der österreichischen Entwicklungspolitik, die auf eine gezielte Förderung einzelner Länder bzw. Sektoren ausgerichtet ist, als auch in Ländern wie China oder Indien, die zu wichtigen Spielern und Wasserverbrauchern in der globalen Wirtschaft geworden sind, verwertet.

Die Branche

Erfolge erzielen billige Produkte. Aber auch teure, wenn sie einen Mehrwert aufweisen.

Österreichs Mineralwasserbranche besteht überwiegend aus Klein- und Mittelbetrieben. 75 % der Unternehmen erzielen einen Umsatz unter fünf Mio. Euro, lediglich 8 % kommen auf einen Umsatz über fünfzehn Mio. Euro. Die heimischen Produzenten konzentrieren sich vor allem auf den österreichischen Markt. Seit etwa 10 Jahren wächst der Markt kontinuierlich um etwas mehr als 3 % pro Jahr.

Rund 85 % der österreichischen Haushalte kaufen Mineralwasser. Der Durchschnittsverbrauch liegt jährlich bei rund 90 Liter. In den letzten Jahren hat der Markt für Near-Water-Getränke stark zugelegt. Die wichtigsten Vertriebskanäle für Mineralwasser sind der Handel (ca. 80 %) und die Gastronomie (ca. 20 %). Marktführer im österreichischen Lebensmittelhandel ist die Vöslauer Mineralwasser AG, in der Gastronomie führt Römer-

quelle. International agierende Nahrungsmittelkonzerne forcieren ihr Wachstum durch Fusionen und strategische Partnerschaften. Auf diese Weise sichern sie sich regionale und lokale Abfüllkapazitäten und können die Transportkosten senken.

In den letzten Jahren haben Premiummarken mit gezielten Kommunikations- und Marketingstrategien abgepacktes Trinkwasser erfolgreich als Genussmittel-Produkt etabliert. Das Markenimage hinsichtlich Qualität, Sicherheit, Natur oder Prestige ist für die Kaufentscheidung von großer Bedeutung. Dieser Trend liegt nicht zuletzt an einem veränderten Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung und an dem Wandel zur Erlebnisgesellschaft. Allerdings ist der Markt für abgefülltes Wasser grundsätzlich von einem intensiven Preiswettbewerb geprägt. Auch traditionell hochpreisige Marken geraten dadurch zunehmend unter Druck und können ihre Position nur dann halten, wenn sie verkaufsfördernde Botschaften vermitteln.

Obwohl Konsumenten einen gehobenen Preis mit besserer Qualität assoziieren, spielen die „No-name“-Billigwasser eine wichtige Rolle auf dem österreichischen Mineralwassermarkt. Die Strategie, preisgünstige Produkte anzubieten, verlangt eine bestimmte Mindestbetriebsgröße bei optimaler Auslastung sowie die Abfüllung des Wassers in PET-Flaschen, weil diese im Vergleich zu Glasflaschen wesentlich kostengünstiger transportiert werden können.

Wie die Mineralwasserbranche ist auch die Fruchtsirupbranche durch mittelständische Unternehmen geprägt. In den vergangenen Jahren hat sich der Verbrauch von Sirup ausgesprochen dynamisch entwickelt. Auf diesen Zug sind die Supermarktketten bereits aufgesprungen, der Eigenmarktanteil liegt bei rund 30 %. Dem steht eine Reihe von Produzenten gegenüber, die ihre Kernkompetenz auf hochwertige Fruchtsirupe erweitert haben.

Die Konkurrenten

Die H2Ö-Konkurrenz als Chance und Gefahr

Neben international agierenden Mineralwasserproduzenten wie Evian oder San Pellegrino beobachtet die **H2Ö GmbH** verschiedene österreichische Anbieter als direkte Konkurrenten. Im Vergleich stehen allen Konkurrenten bessere Ressourcen in den Bereichen Know-how, Finanzierungspotential oder Netzwerkbeziehungen zur Verfügung. Der Geschmack und die Wasserqualität von H2Ö, die Glasflaschen und vor allem das WiL-Projekt verleihen H2Ö jedoch einzigartige Wettbewerbsvorteile. Diese werden durch die pointierte und offensiv betriebene Positionierung von H2Ö als nachhaltig agierendes Unternehmen untermauert.

Lebensmitteleinzelhandel

Im Lebensmitteleinzelhandel sind die wichtigsten Konkurrenten die Privatquelle Gruber GmbH & Co KG aus Brixlegg/Tirol, die ihr Mineralwasser unter der Marke „Silberquelle“ anbietet (www.silberquelle.at), sowie die Peterquelle Mineralwasser GmbH mit der Marke „Steirerquell“ (www.peterquelle.at/wasser/steirerquell.htm).

Gastronomie

Im gehobenen Gastronomiebereich sind neben der Vöslauer AG und der Römerquelle AG vor allem das Gasteiner Mineralwasser (www.gasteiner.at) sowie das von der Privatquelle Gruber GmbH & Co KG abgefüllte „Montes“ (www.montes.at) von großer Bedeutung.

Bio-Fruchtsirupe

Im Sektor der Bio-Fruchtsirupe dominiert die A. Darbo AG (www.darbo.at) den Markt. Als wichtigster Konkurrent zu H2Ö agiert die IMS Höllinger GmbH (www.direktsaft.at)

H₂Ö

Trink. Wasser.

Das Unternehmen

Erfolgreich mit sozial und
ökologisch verpflichteter Wirtschaftsethik



Die Firmengeschichte

2002: Firmengründung – Start up!

Die Firma **H2Ö GmbH** wurde im Jänner 2002 von Mag. Lea Schreiner und Mag. Lucas Turek in Aflenz/Steiermark gegründet.

Mag. Lea Schreiner wurde 1976 in Handenberg/Oberösterreich geboren. Sie absolvierte die HLW Braunau und studierte anschließend an der Johannes Kepler Universität Linz Jus und Betriebswirtschaft. Nach nur 4 Jahren Studienzeit begann sie Ende 1999 bei der internationalen Steuerberatungskanzlei KPMG in Linz in der Controlling-Abteilung zu arbeiten.

Mag. Lucas Turek wurde 1975 in Mürzzuschlag/Steiermark geboren. Nach dem Absolvieren der HAK Mürzzuschlag ging er 1994 nach Wien, um an der WU Betriebswirtschaft zu studieren. Ein Auslandsstipendium führte ihn 1996 nach Kanada, wo er in Ottawa 2 Semester an der Carleton University School of Economics (Schwerpunkt Brand Marketing) studierte. Er absolvierte zahlreiche Feri.jobs bzw. Praktika bei internationalen Firmen (Unilever, Philips, SAP). Nach dem Studienabschluss 1999 arbeitete er 2 Jahre lang als Marketingassistent bei Billa Österreich. Auf einem Oasis-Konzert in Wien traf er im Jahr 2000 Mag. Lea Schreiner. Die beiden wurden Freunde.

Lea Schreiner und Lucas Turek stellten fest, dass sie sehr viele Gemeinsamkeiten hatten, zu denen auch das **lebhafteste Interesse an allen Themen des Umweltschutzes und einer neuen sozial und ökologisch orientierten Wirtschaftsethik** gehörte. In ihrer Freizeit teilten sie ihre Begeisterung für die steirische Naturlandschaft des Hochschwabmassivs, das sie auf zahlreichen ausgedehnten Wanderungen durchstreiften.

Im Jahr 2000 wurde das Thema der Wasserverschwendung und der wachsenden Trinkwasserknappheit in vielen Teilen der Welt erstmals breiter in der österreichischen Öffentlichkeit diskutiert. Lea Schreiner und Lucas Turek engagierten sich in der Öffentlichkeitsarbeit verschiedener Umweltschutzorganisationen und sahen den

Wasserreichtum ihrer beliebtesten Ausflugsziele rund um den Hochschwab plötzlich mit ganz anderen Augen. „**Wie können wir den Überfluss an reinstem Quellwasser, den es in Österreich gibt, erfolgreich im Kampf gegen den Wassermangel in anderen Regionen der Welt einsetzen?**“ – diese Frage stellten sich die beiden immer öfter und nicht nur dann, wenn sie wieder einmal an einer sprudelnden Quelle am Fuße des Hochschwabs vorbeikamen. Doch es war nicht leicht, eine Antwort auf diese Frage zu finden, denn eines war klar: Der Transport des Wassers in Mangelregionen ist teuer, selbst wieder umweltschädigend und könnte außerdem sogar negative Auswirkungen in der Problemregion haben, indem er die Entwicklung eines nachhaltigen Wassermanagements direkt vor Ort verhindert.

Lea Schreiner und Lucas Turek fanden lange Zeit keine befriedigende Antwort auf ihre Frage, doch schließlich hatten sie Glück. Lea Schreiner lernte bei einem Uni-Treffen in Linz die Maschinenbau-Ingenieurin Lara Leimer kennen. Lara Leimer erzählte ihr, dass sie gemeinsam mit ihrem Freund, dem Lebensmitteltechniker Werner Brant aus Graz, an der Entwicklung einer völlig neuartigen Technik der direkten und besonders effizienten Quellwasserabfüllung arbeite.

Lea Schreiner berichtete Lucas Turek von ihrer neuen Bekanntschaft und der innovativen Quellwasser-Abfülltechnik. Das brachte Lucas Turek auf die entscheidende Idee: **Wasser und bio verbinden!** Sie mussten das Quellwasser unmittelbar an einer Hochschwab-Quelle völlig unverfälscht abfüllen und gemeinsam mit anderen regionalen österreichischen Natur- und Handwerksprodukten direkt in Österreich umweltverträglich vermarkten. Diese Strategie mussten sie von Anfang an untrennbar mit einer Kampagne zur Bekämpfung des wachsenden globalen Trinkwassermangels verbinden. **Die Idee zur Aktion „Wasser ist Leben“ war geboren – ein Teil des in Österreich erwirtschafteten Kapitals musste zweckgebunden dafür verwendet werden, in Gebieten mit Trinkwassermangel Hilfe zu leisten:**

- durch Akuthilfe in Katastrophenfällen mit **Wasserlieferungen aus Österreich**
- durch Unterstützung des **Aufbaus von nachhaltigen Wasserversorgungssystemen** vor Ort

Das Jahr 2001 stand im Zeichen intensiven Nachdenkens, Forschens, Erfindens und Entwickelns. Lea Schreiner und Lucas Turek intensivierten ihren Kontakt zu Lara Leimer und Werner Brant, mit denen sie das Konzept zur neuen Direkt-Abfülltechnik detailliert ausarbeiteten und schließlich patentieren ließen. Gleichzeitig erarbeitete Lucas Turek einen **umfangreichen Marketingplan für seine Idee, verantwortungsvolles regionales Wirtschaften mit globalem ökologischem und sozialem Engagement zu verbinden**. Die Ideen und Konzepte verdichteten sich zu einem konkreten Plan für die Gründung eines Unternehmens, und es war Lea Schreiner, der schon im Sommer 2001 der passende Firmenname einfiel: H2Ö.

Im Jahr 2002 fand in Johannesburg der UN-Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung statt. Die Teilnehmer setzten sich ein ehrgeiziges Ziel: **Bis zum Jahr 2015 soll die Zahl der Menschen halbiert werden, die keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser haben**. Im Jahr 2002 waren die Konzepte und technischen Entwicklungen soweit gediehen, dass Lea Schreiner und Lucas Turek ihren Plan zur Gründung des Unternehmens **H2Ö GmbH** in die Tat umsetzten.

Das Kapital in Höhe von 2,9 Mio. Euro wurde wie folgt aufgebracht: 200.000 Euro kamen von Mag. Lucas Turek. Er hatte im Jahr 1999 SAP-Aktien gekauft. Diese Aktien verkaufte er, als sie im Jahr 2000 den Höchststand erreichten (New Economy-Hype), bevor sie kurz danach ins Bodenlose fielen. Er investierte damals sein gesamtes Geld, das aus der Auflösung eines Bausparvertrags und Gehältern aus diversen Praktika bestand. Seine vermögende Großmutter Eleonore Turek, die durch ihr unternehmerisches Engagement in der steirischen Tourismuswirtschaft zu Reichtum gekommen war, war von den ökologischen und sozialen Aspekten der Unternehmensidee ihres Enkels

so begeistert, dass sie 600.000 Euro zu äußerst günstigen verwandtschaftlichen Zinskonditionen zur Verfügung stellte. 850.000 Euro wurden über ein Bankdarlehen aufgenommen, 250.000 Euro über ein gefördertes EU-Darlehen und 500.000 Euro über ein ebenfalls gefördertes Darlehen des Landes Steiermark (Regionalförderung). Die Gemeinde Aflenz beteiligte sich mit 300.000 Euro an der **H2Ö GmbH** (Einlage des Grundstücks 8.000 m² x 37,50 €/m²) und Lea Schreiner brachte 200.000 Euro Eigenkapital ein. Sie hatte von ihrem Onkel eine Eigentumswohnung geerbt, die sie 2001 an eine alleinstehende deutsche Pensionistin verkaufen konnte.

Der Grundstein zum Bau der H2Ö-Produktionshalle wurde im März 2002 gelegt – die Fertigstellung der Halle erfolgte bereits im Juni. Die Büroräumlichkeiten konnten Anfang August bezogen werden. Im Herbst 2002 lief die Abfüllanlage der **H2Ö GmbH** im Testbetrieb. Für das Jahr 2003 wurde das Ziel definiert, mit H2Ö Einzug in Bioläden und in der regionalen und überregionalen Gastronomie zu halten.

2003: H2Ö in Bio-Supermärkten und Einführung in der steirischen Gastronomie

Ein Vertrag mit einer österreichischen Bio-Supermarktkette wird bereits kurz nach der Firmengründung Anfang 2002 abgeschlossen. Erste Kontakte zur Spitzengastronomie können im Herbst 2002 zum Steirereck am Pogusch hergestellt werden, da Lucas Tureks Schwester mit dem Chefkoch dieses Betriebs verheiratet ist.

Im Jänner 2003 geht es richtig los und die erste Flasche H2Ö gelangt in Aflenz zum Verkauf. Die

Aktion „Wasser ist Leben (WiL)“ wird der Öffentlichkeit vorgestellt und führt von Beginn an zu einer bemerkenswert großen Nachfrage nach H2Ö-Quellwasser. Im Herbst 2003 werden erste WiL-Projekte realisiert: H2Ö-Wasserlieferungen erreichen die Sahelzone und im Libanon starten Projekte zum Aufbau einer regionalen Wasserversorgung.

Aufgrund enormer vertrieblicher Anstrengungen schafft es H2Ö, sich erfolgreich in der steiermärkischen Spitzengastronomie zu etablieren. Ausgehend vom „Gasthaus zur steirischen Eiche“ in Wildon, mit dem der erste Vertrag geschlossen wird, vertrauen u. a. die Haubenlokale „Zur Kirchenglocke“ in Oberwölz sowie der „Bärenwirt“ in Bad Waltersdorf von Beginn an auf die Qualität von H2Ö. Der Vertrieb über die österreichische Bio-Supermarkt-Kette „Bio.Leben.Austria“ entwickelt sich sehr erfolgreich.

2004: H2Ö steigert den Absatz und bringt Bio-Fruchtsirup auf den Markt.

Der Vertrieb von H2Ö-Quellwasser über die österreichische Bio-Supermarkt-Kette „Bio.Leben.Austria“ entwickelt sich weiterhin sehr erfolgreich. Als Folge davon wird mit „NaturPur Österreich“ eine zweite Bio-Supermarkt-Kette als Vertriebspartner gewonnen. Im November 2004 gibt es erste Gespräche mit der Spar Warenhandels-AG und mit der Billa Österreich AG.

Die Nachfrage aus der Gastronomie steigt ebenfalls weiter an. Es werden nun auch Gastronomiebetriebe außerhalb der Steiermark über österreichische Großhändler beliefert.

Mithilfe von Lara Leimer und Werner Brant gelingt der jungen **H2Ö GmbH** eine weitere bahnbrechende Innovation: die **Entwicklung eines Verfahrens zur besonders schonenden Herstellung von 10-fach konzentriertem Bio-Fruchtsirup**. Alle Vitamine bleiben bei der Herstellung erhalten und werden im Sirup auf gän-

zlich natürliche Art besonders lange konserviert. Die **H2Ö GmbH** stellt das Know-how für das Sirup-Herstellverfahren Biobauern zur Verfügung. Sie produzieren für H2Ö den Fruchtsirup in zwei Geschmacksrichtungen: Birne und Apfel. Dies sind in der Region kultivierte Früchte. H2Ö-Bio-Fruchtsirup wird in (Bio-)Supermärkten erfolgreich eingeführt.

2005: H2Ö gewinnt den österreichischen Innovationspreis.

H2Ö beeindruckt durch das innovative Prinzip verantwortungsvollen regionalen Wirtschaftens in Verbindung mit globalem ökologischem und sozialem Engagement und **gewinnt den österreichischen Innovationspreis für Klein- und Mittelbetriebe**. Die Kampagne „Wasser ist Leben“ gewinnt immer mehr Eigendynamik und wird in den Medien oft mit der Aktion „Licht ins Dunkel“ verglichen. Für viele Österreicher ist es bereits zur Selbstverständlichkeit geworden, zumindest einmal im Monat eine Flasche H2Ö zu erwerben und damit nicht nur den eigenen Durst zu stillen.

Immer mehr Biobauern erzeugen Bio-Fruchtsirup für H2Ö. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach H2Ö-Quellwasser. Im Frühjahr 2005 werden Vertriebsverträge mit der Spar AG und der Billa AG abgeschlossen. Die **H2Ö GmbH** erreicht den Break-even-Point.

Die WiL-Projekte werden immer umfangreicher und inzwischen auch international sehr positiv wahrgenommen.

2006: H2Ö bringt Erzeugnisse von Glasmanufakturen auf den Markt.

H2Ö beauftragt österreichische Glasmanufakturen mit der Erzeugung von H2Ö-Trinkgläsern, einer H2Ö-Karaffe, eines neuartigen H2Ö-Sirupspenders und eines exklusiven H2Ö-Rührstabes. Vor allem der H2Ö-Sirupspender verhilft der Produktgruppe zum Durchbruch. **Erstmals kann**

2005 Österreichischer Innovationspreis für Klein- und Mittelbetriebe

2006 Österreichischer Anerkennungspreis für die Förderung regionaler Wirtschaftsstrukturen und die Schaffung von Arbeitsplätzen in ländlichen Regionen

2007 Hauptengagement WiL-Kampagne

sowohl bei privaten Treffen und Festen als auch in der Gastronomie jeder Gast mit einem kleinen H2Ö-Sirupspender und dem exklusiven Rührstab sein individuelles H2Ö-Fruchtgetränk mixen.

In der Gastronomie wird das H2Ö-Quellwasser in allen drei Gebindegrößen (0,5 Liter; 1 Liter; 1,5 Liter) gemeinsam mit dem Sirupspender und dem Rührstab als neuartiges natürliches Fruchtgetränk angeboten und von den Gästen begeistert angenommen. Der H2Ö-Vertrieb über die Gastronomie nimmt stark zu.

Die H2Ö-Trinkgläser, die H2Ö-Karaffe, der H2Ö-Sirupspender und der H2Ö-Rührstab werden über den H2Ö-Webshop direkt vertrieben. Doch die Produktpalette findet auch Eingang in das Sortiment der (Bio-)Supermärkte und wird auch von der Gastronomie angekauft.

Die **H2Ö GmbH** beschäftigt inzwischen 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. **Für zahlreiche Bio-Bauern und zwei Waldviertler Glasmanufakturen ist H2Ö zu einem der wichtigsten Abnehmer geworden.** Im Herbst 2006 gewinnt H2Ö für diese Leistungen den österreichischen Anerkennungspreis für die Förderung regionaler Wirtschaftsstrukturen und die Schaffung von Arbeitsplätzen in ländlichen Regionen.

2007: Organisches Wachstum und WiL-Engagement

H2Ö konzentriert sich auf die bestehende Produktpalette und erweitert lediglich die Bio-Fruchtsirupe um die Geschmacksrichtungen Heidelbeere und Preiselbeere. Die H2Ö-Glasmanufakturen entwickeln sich zu einem echten Renner und finden sich auch immer öfter auf Hochzeitsausstattungslisten. Der Mitarbeiterstand der **H2Ö GmbH** erhöht sich auf 23. In der zweiten Jahreshälfte finden Kooperationsgespräche mit weiteren Supermarktketten statt. Die Zielpunkt GmbH & Co KG und die Adeg AG könnten ab 2008 die Vertriebsschiene im österreichischen Lebensmittelhandel verstärken.

Das Hauptengagement der H2Ö GmbH gilt im Jahr 2007 der WiL-Kampagne, für die Ende 2007 mehr als 800.000 Euro zur Verfügung stehen. Davon werden mit ca. 250.000 Euro mehr als 1,6 Mio. Liter Akut-Trinkwasserlieferungen finanziert. Ca. 550.000 Euro stehen für Know-how-Transfer-Projekte zur Verfügung. Das mediale Interesse an der WiL-Kampagne erreicht einen neuen Höhepunkt: H2Ö gewinnt den europäischen Preis für innovative Entwicklungshilfe-Projekte.

2008 Die Finanzkrise schlägt durch.

2009 Auf der Suche nach neuen Märkten. Ein Strategieprozess wird angestoßen.

2010 Treiben und Bremsen

2008: Die Finanzkrise schlägt durch.

Um den Erfolg der Bio-Fruchtsirupe fortzuführen, wird ein Marillen-Fruchtsirup als neue Geschmacksrichtung erfolgreich eingeführt. Lieferant ist ein Biobauer aus der Wachau. Weiters soll der Webshop-Umsatz erhöht werden, dieses Ziel wird aber verfehlt.

Auch die 2007 begonnenen Verhandlungen mit den Supermarktketten Zielpunkt und Adeg müssen erfolglos abgebrochen werden.

Im Zusammenhang mit der 2008 schlagend gewordenen Finanzkrise steigt die Sparquote der Haushalte und teure Lebensmittel werden weniger gekauft. Dies führt zu einem Umsatzrückgang bei H2Ö, von dem vor allem die 1,5-l-Flasche betroffen ist. Für WiL stehen weniger Mittel als in den Vorjahren zur Verfügung, und es ist besonders schwierig, Nothilfe- und Förderprojekte für WiL auszuwählen. Im Jahr 2008 kommen die WiL-Mittel vor allem den Erdbebenopfern in China und den Hochwasseropfern in Burma zugute.

Der Personalstand bleibt quantitativ unverändert, aber Frau Gertrude Zellinger wird schwanger und geht am 15.10.2008 in Mutterschutz. Ab 1.10.2008 wird Herr Klaus Lederer (Absolvent der HAK Bruck a. d. Mur) als Karenzvertretung eingestellt.

2009: Veränderungen werden in Angriff genommen.

Auf der Suche nach neuen Märkten wird die Thermenregion in Ungarn und in der Slowakei durch eine Positionierung im Wellnessbereich bearbeitet. Der Personalstand muss ausgebaut werden, weil eine Exportabteilung eingerichtet wird.

Angeichts des Umsatzrückgangs bei der Gebindegröße 1,5 l wird das Produkt aus dem Programm für (Bio-)Supermärkte genommen. Allerdings kommt der H2Ö GmbH zugute, dass infolge der Finanzkrise und der kritischen Diskussion über wirtschaftliche Ethik das Interesse an sozial und ökologisch verträglichen Produkten zunimmt. Daher steigt die Nachfrage bei Billa und Spar nach den 1-l-H2Ö-Flaschen, was eine Verbesserung der Absatz-Logistik erfordert.

Da die zu wenig reflektierte und strukturierte Organisation und Unternehmenskultur die Wettbewerbsfähigkeit mindern, werden Veränderungsprozesse in Angriff genommen. Auch die Managementsysteme werden ausgebaut, beispielsweise wird die Einführung der Kostenrechnung überlegt.

Für das Jahr 2010 wird ein Strategieprozess angestoßen, der noch nicht abgeschlossen ist.

Die WiL-Mittel werden schwerpunktmäßig für die Unterstützung von Know-how-Projekten in Trockengebieten (Sahelzone) eingesetzt. Daneben gibt es weiterhin WiL-Wasserlieferungen in Notgebiete, für die 1,5-l-PET-Flaschen als Gebinde zum Einsatz kommen.

2010: Treiben und Bremsen

Resultat des im Vorjahr initiierten und heuer abgeschlossenen Strategieentwicklungsprozesses ist, dass die H2Ö GmbH sich noch stärker der Erhaltung und des Ausbaus ihrer Kernkompetenzen widmen wird. Eingeschlagene Wachstumspfade werden sanft vorangetrieben, die Stärkung der internen Prozesse wird forciert.

2011 Das Wachstum nutzen

Diese Strategie zeigt sich bereits im geänderten Organigramm, sowie in der effizienter gestalteten Absatz-Logistik. Getragen von diesen Verbesserungen ist die intensivere Marktbearbeitung des rentablen Wellnessbereichs sowie der gehobenen Gastronomie geplant – unter anderem wird daran gedacht, für diese beiden Strategischen Geschäftseinheiten ein 0,33 l-Gebinde zu entwickeln.

Außerdem sollen die bisher abgeschlossenen Jahresverträge mit der Billa AG und der Spar AG im kommenden Jahr nachverhandelt werden. Ziel es ist, Zweijahresverträge zu vereinbaren und die Zahlungsbedingungen für die **H2Ö GmbH** zu verbessern.

Lea Schreiner und Lucas Turek haben sich zum Ziel gesetzt, das Netzwerk zu verschiedenen Umweltschutzorganisationen, zu denen sie bereits vor der Gründung von H2Ö Kontakt hatten, wiederzubeleben. Geplant ist die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts in Kooperation mit diesen NGOs, in dem die Aktivitäten von WiL ins Zentrum gerückt werden sollen.

Da das vorige Geschäftsjahr noch von der zähen Finanzkrise geprägt war, konnten noch nicht alle Projekte in Bezug auf die Verbesserung der Managementsysteme umgesetzt werden. Diese sollen daher unbedingt in diesem Jahr abgeschlossen werden.

2011: Das Wachstum nutzen

Die Entscheidungen der letzten Jahre haben sich als richtig erwiesen. Unternehmensintern steht nunmehr ein integriertes Managementsystem zur Verfügung, das es erlaubt, strategische Vorhaben auf Zahlenebene abzubilden. Noch in diesem Jahr soll ein dazu passendes Reportingsystem implementiert werden. Die Marke H2Ö über die Aktion WiL mit hohem emotionalem Wert erfolgreich auszustatten, schlägt sich in den erhöhten Absatzzahlen nieder. Dieses Image soll als Wettbewerbsvorteil noch stärker gestützt und genützt werden:

Bereits im Rahmen der öffentlichen Präsentation des Nachhaltigkeitsberichts von H2Ö am Weltwassertag wurde verlautbart, dass die WiL-Mittel zur Gänze den Opfern des Tohoku-Erdbebens vor Japan zufließen sollen. In diesem Zusammenhang wurde in den Medien auch das gesellschaftliche Verantwortungsbewusstsein von Unternehmen auf breiter Ebene diskutiert und die Positionierung der **H2Ö GmbH** mehrfach positiv hervorgehoben. Es ist daher geplant, auch im nächsten Jahr den 22. März zu nutzen, um wieder in Kooperation mit verschiedenen NGOs den Nachhaltigkeitsbericht der **H2Ö GmbH** zu präsentieren.

Außerdem soll das Image von H2Ö noch besser als Verkaufsargument im Gastronomie- und Wellness-Sektor kommuniziert werden, weil sich diese Vertriebschiene zur Cashcow des Unternehmens entwickelt hat. Um die Glaubhaftigkeit dieses Ziels zu unterstützen, werden alle Mitarbeiter/innen des Kundencenters zu Wassersommeliers ausgebildet.

Die erfolgreichen Veränderungen im Produktportfolio im Lauf der letzten Jahre zeigen positive Ergebnisse. Abgesehen von der Einführung eines Glas-Flaschenkühlers bleibt es unverändert, um den Cashflow nicht zu stark zu belasten. Schließlich sind im nächsten Jahr einige Ersatzinvestitionen fällig, für die möglichst hohe Rücklagen gebildet werden sollen. Da die Nachverhandlungen der Jahresverträge mit der Billa AG und der Spar AG erfolglos verliefen, gelten die ursprünglich vereinbarten Liefer- und Zahlungsbedingungen weiter. Die Belieferung der Schulbuffets mit H2Ö steht im Moment in Diskussion.

2012 Wellness und Gastronomie

Trotz getrübler Konjunktur ist die Nachfrage nach H2Ö-Produkten durch die Zielgruppe ungebrochen groß. Daher möchte die H2Ö GmbH neue Wege beschreiten. Besonders interessant ist eine weitere Expansion in den Gastronomie- und Wellnessbereich. Beide Segmente bieten der H2Ö GmbH hervorragende Entwicklungsmöglichkeiten. Nachweislich tendieren Restaurantbesucher dazu, verstärkt nicht-alkoholische Getränke – vor allem Wasser und Mineralwasser – zu konsumieren. Derselbe Trend zeigt sich im Segment Wellness, wobei die Nachfrage speziell in Spas und Kosmetikinstitutionen steigt. In beiden Segmenten sollen daher das 0,33 l-Gebinde sowie der Fruchtsirup forciert werden. Eine Verbreiterung des Angebots steht im Moment nicht zur Diskussion.

Im Sinne eines langfristigen Kundenaufbaus wurden für das Schuljahr 2012/13 Lieferverträge mit den Buffetbetreibern von 6 steirischen Schulen vereinbart. Die Schulen werden ausschließlich mit dem 0,5 l-Gebinde beliefert.

Diese Strategien erfordern einerseits eine Ausweitung der Abfüllkapazität bzw. eine Erweiterung des Fuhrparks für die Lieferung an Schulen und andererseits eine personelle Verstärkung der Abteilung Produktion sowie der Verkaufs-Abteilungen Gastronomie Ö-West und Gastronomie Ö-Ost – die Schulagenden wurden der Verkaufsabteilung Gastronomie Ö-Ost zugeordnet.

Insgesamt sollen 2012 29 Mitarbeiter/innen beschäftigt werden. Neue Mitarbeiter/innen erhalten eine Ausbildung zum Wassersommelier. Da mit dieser Strategie auch mehr Glasprodukte verkauft werden können, wurde der Kreis der Glaswaren-Lieferanten um das Waldviertler Unternehmen Oktalz GmbH erweitert. Alle anderen Lieferanten können mit der Expansionsstrategie der H2Ö GmbH Schritt halten.

Die höheren Umsätze erlauben es der H2Ö GmbH sich auch wieder mit der Aktion WiL stärker in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Alle WiL-Mittel sollen den Opfern der Überschwemmungen in Thailand zufließen. Auch die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts über das Jahr 2011 in Kooperation mit verschiedenen NGOs ist wieder geplant.

Das Management, die Mitarbeiter/innen und die Organisation

Die H2Ö GmbH beschäftigt inzwischen **29 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**. Für zahlreiche Biobauern und zwei Waldviertler Glasmanufakturen ist H2Ö zu einem der wichtigsten Abnehmer geworden.

GESCHÄFTSLEITUNG Mag. Lucas Turek und Mag. Lea Schreiner WU-Absolventen mit Kontakten zu Gastronomie und Handel		
RECHNUNGSWESEN UND CONTROLLING		TERMINSTEUERUNG
Herr Oliver Fuchs (WU-Absolvent) Rechnungswesen und Controlling		Frau DI Lisa Funk (HTL- und TU-Absolventin) IT/Prozessmanagement
Herr Goran Ivanovic Buchhalter		Herr Klaus Lederer Sekretariat
		Frau Fatima Karatas Lehrling (Bürokauffrau)
LOGISTIK, MARKETING UND VERTRIEB = KUNDENCENTER		PRODUKTION UND VERSAND
ABTEILUNGSLEITERIN Frau Mag. Aynur Yürük		ABTEILUNGSLEITER Herr Ing. Matthias Kreiner
Herr Mag. Martin Dielacher Logistik, Projektleiter WiL		Frau Ing. Heidi Puchwein Materialwirtschaft
Herr Manuel Habek Marketing Gastronomie	Herr Rene Mautner Produktion	Herr Fritz Frankmann Lager
Frau Mag. Klara Heinz Marketing Lebensmittelhandel	Herr Harald Meier Produktion	Herr Karl Kratz Lager
Frau Monika Kettner Verkauf Gastronomie Ö-Ost	Frau Andrea Wendl Produktion	Herr Ökmen Karadeniz Lager
Frau Tanja Velikowsky Verkauf Gastronomie Ö-Ost	Herr Karl Walescek Produktion	Frau Dragana Stanojevic Lager
Herr Benedikt Sproster BSc. Marketing Wellness	Herr Sascha Zoka Produktion	
Frau Sophie Scharner Verkauf Gastronomie Ö-West		
Herr Stefan Manhardt Verkauf LM-Handel Ö-Ost		
Frau Martina Malcik Verkauf LM-Handel Ö-West		
Frau Camilla Wimmer Verkauf Wellness		

Das Personalmanagement wird durch die Geschäftsleitung wahrgenommen. Typisch für Klein- und Mittelbetriebe wurde dieses Thema allerdings bisher vernachlässigt. Weder liegen ausformulierte Stellenbeschreibungen vor noch gezielt entwickelte Anreizsysteme. Auch systematische Personalentwicklungsmaßnahmen oder regelmäßig eingesetzte Personalbeurteilungsinstrumente sind nicht vorhanden.

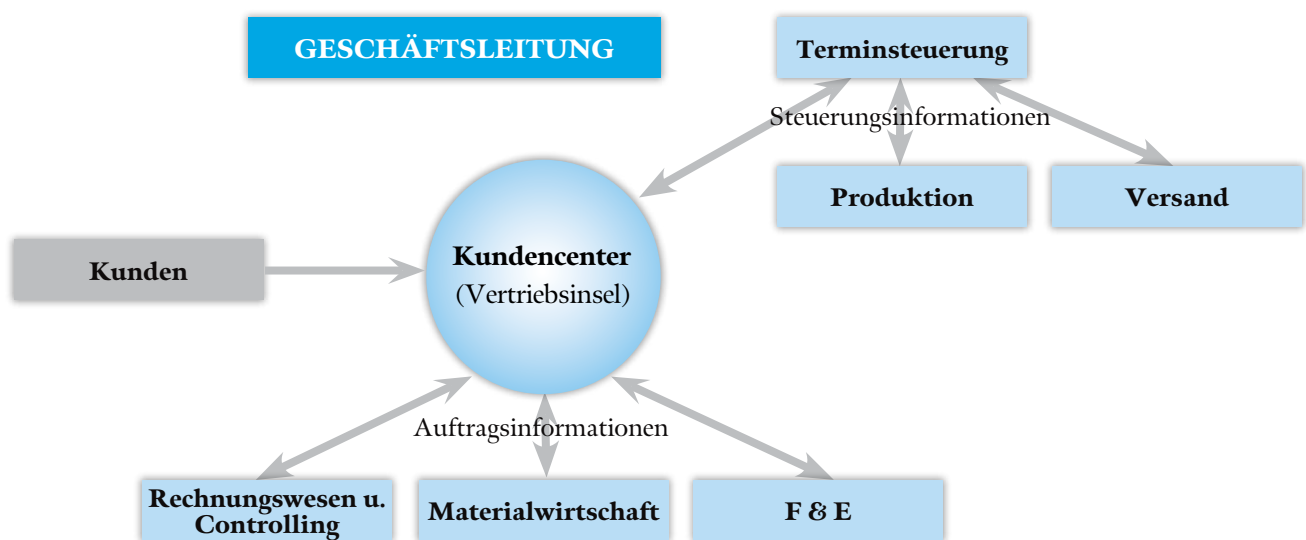
Die Mitarbeiter/innen-Rekrutierung erfolgt überwiegend lokal, bei Leitungsfunktionen vor allem über das soziale Netzwerk der beiden Geschäftsführer. Das Entlohnungssystem orientiert sich bei allen Mitarbeitern am Zeitlohn. Sämtliche Arbeitnehmer/innen (inkl. Geschäftsführung) verdienen nach Kollektivvertrag für Nahrungs- und Genussmittelgewerbe. Es gibt keine Überzahlungen.

Das Kundencenter

Ein Kundencenter (im produzierenden Bereich auch Vertriebsinsel) ist ein Team aus drei bis zehn Mitarbeitern, die direkten Kontakt zum Kunden haben.

Das Team versteht sich als zentraler Ansprechpartner und kümmert sich um den kompletten Kundenauftrag von der Anfrage bis zur Auslieferung. Der Kunde wird also nicht mehr an die zuständigen Fachabteilungen verwiesen.

Ziel des Kundencenters ist es, dem Kunden nur eine kleine Gruppe von Ansprechpartnern gegenüber zu stellen (One-Face-to-Customer). Bei der Auftragsabwicklung unterstützen die Fachabteilungen (z. B. Buchhaltung, Forschung und Entwicklung, ...) das Kundencenter mit ihrem Spezialwissen.



KUNDENCENTER	
VORTEILE	NACHTEIL
Kundenorientierte Organisationsform	Hoch qualifiziertes und motiviertes Personal nötig
Schnittstellenreduktion (Nur noch eine Schnittstelle zwischen Kunde und Unternehmen)	
Keine doppelte Bearbeitung	

Die Produkte



H₂O-Quellwasser

Wasser ist unser wichtigstes Lebensmittel, Wasser ist Leben. Wasser regelt alle Funktionen unseres Organismus. Bereits seit vielen Jahren schenken uns die Quellen des Hochschwabs reines Quellwasser von höchster Qualität. Bevor es ans Tageslicht tritt, fließt es durch die Gesteinsschichten des Hochschwabs und wird durch diese natürliche Filterung zu einem ganz besonderen Gut: **Das Quellwasser des Hochschwabs ist eines der reinsten Quellwässer der Welt, es ist reich an natürlichen Mineralstoffen und lebenswichtigen Spurenelementen und zeichnet sich durch einen besonders niedrigen Nitratgehalt aus.** Durch den hohen Anteil an Calcium und Magnesium ist es besonders wertvoll für die Entwicklungsphase von Kindern, und bereits 1 Liter reicht aus, um den Tagesbedarf an Mineralien eines Erwachsenen zu decken.

2001 gelang es Lea Schreiner und Lucas Turek, Absolventen der Wirtschaftsuniversität Wien, gemeinsam mit dem Lebensmitteltechniker Werner Brant aus Graz und der Maschinenbau-Ingenieurin Lara Leimer aus Linz, eine völlig neuartige Technologie der Quellwasserabfüllung zu entwickeln. **Erstmals war es möglich, Quellwasser garantiert keimfrei, vollkommen unverfälscht und mit äußerst geringem Energieaufwand direkt aus der Quelle in die Flasche abzufüllen.** Die jungen Erfinder ließen sich ihr Verfahren patentieren, wagten eine Unternehmensgründung und wählten als Rohstoff für ihr Produkt das Quellwasser des Hochschwabs. Sie nannten es H₂O. So wurde aus dem Quellwasser des Hochschwabs durch die Anwendung der neuen Abfülltechnologie und den konsequenten Einsatz des Mehrwegsystems bei der Getränkeverpackung das Herzstück des Unternehmens H₂O: ein **reines, unverfälschtes Quellwasserprodukt**, das mit höchstem ökologischem Verantwortungsbewusstsein hergestellt und vertrieben wird.

Von jeder Charge des H₂O-Quellwassers werden zu Beginn und am Ende der Abfüllung Proben gezogen, die in einem Labor in Leoben untersucht werden. So kann garantiert werden, dass nur Quellwasser höchster Qualität die Abfüllanlage verlässt und zum Verkauf gelangt. Zusammensetzung des H₂O-Quellwassers (Analyse 2007):

Chlorid	2,6	mg/l
Sulfat	12	mg/l
Calcium	42	mg/l
Magnesium	12	mg/l
Natrium	1,97	mg/l
Kalium	n.n.	
Hydrogencarbonat	196	mg/l
pH-Wert	7,8	
Sauerstoff	9,2	mg/l
Nitrit	n.n.	
Nitrat	3,7	mg/l
Ges. Trockenrückstand/180°	178	mg/l
Jodid	n.n.	
Fluorid	0,02	mg/l
Mangan	n.n.	

Gemeinsam mit dem H₂O-Bio-Fruchtsirup ist das H₂O-Quellwasser ein wertvoller Beitrag zu einer ganzheitlichen gesunden Ernährung, die ihre positive Wirkung erst dann voll entfalten kann, wenn möglichst viele der Nahrungsmittel aus unbehandelten biologischen Rohstoffen gewonnen werden.

Wahrscheinlich das
gesündeste Wasser der Welt

H2Ö-Bio-Fruchtsirup

Mithilfe von Werner Brant und Lara Leimer gelang der jungen **H2Ö GmbH** eine weitere bahnbrechende Innovation: die Entwicklung eines Verfahrens zur besonders schonenden Herstellung von 10-fach konzentriertem Bio-Fruchtsirup. **Alle Vitamine bleiben bei der Herstellung erhalten und werden im Sirup auf gänzlich natürliche Art besonders lange konserviert.** Das Know-how für das Herstellungsverfahren wird Biobauern von der **H2Ö GmbH** zur Verfügung gestellt, die für H2Ö den Fruchtsirup in fünf Geschmacksrichtungen produzieren: Heidelbeere, Preiselbeere, Birne, Apfel und Marille. Dies sind in der Region vorkommende Beeren und Früchte.

H2Ö-Bio-Fruchtsirup wird in (Bio-)Supermärkten, aber auch in der Gastronomie sehr erfolgreich vertrieben. In der Gastronomie setzt sich H2Ö-Frucht als neues Naturgetränk durch, wobei alle drei Gebindegrößen von H2Ö-Quellwasser in Verbindung mit dem originellen H2Ö-Sirupspender ihren Weg auf die Speisekarten der Gastronomiebetriebe finden.

Auch die Bio-Fruchtsirupe werden in Mehrweg-Glasflaschen abgefüllt, die die **H2Ö GmbH** von österreichischen Glasmanufakturen zukaufte.

Beeren und Früchte kann man trinken.

H2Ö Wasser ist Leben (WiL)

Jeder Kunde unterstützt mit dem Kauf eines H2Ö-Produktes – vom Quellwasser bis zum Rührstab – die **einzigartige H2Ö-Aktion „Wasser ist Leben“ (WiL)**.

Ein Teil des Nettoumsatzes wird einerseits als Akut-Hilfe für die Versorgung von Katastrophengebieten mit reinstem österreichischem Quellwasser und andererseits für den langfristigen Aufbau nachhaltiger regionaler Wasserversorgungssysteme in Gebieten verwendet, die unter Wassermangel oder Wasserverschmutzung leiden.

H2Ö garantiert, dass mithilfe der Aktion „Wasser ist Leben“ für jeden abgesetzten Liter H2Ö mindestens 1 Liter kostenloses Trinkwasser Menschen in Not erreicht.

Für die WiL-Wasserlieferungen werden im Übersee-Container-Transport 1,5-l-PET-Flaschen eingesetzt.

**1 Liter H2Ö löscht
2 Liter Durst.**

H2Ö-Glasmanufakturen

H2Ö beauftragt österreichische Glasmanufakturen mit der Erzeugung von H2Ö-Trinkgläsern, einer H2Ö-Karaffe, eines neuartigen H2Ö-Sirupspenders und eines exklusiven H2Ö-Rührstabes. Vor allem der H2Ö-Sirupspender verhilft der Produktgruppe zum Durchbruch. **Erstmals kann sowohl bei privaten Treffen und Festen als auch in der Gastronomie jeder Gast mit einem kleinen H2Ö-Sirupspender und dem exklusiven Rührstab sein individuelles H2Ö-Fruchtgetränk mixen.**

In der Gastronomie wird das H2Ö-Quellwasser in allen drei Gebindegrößen gemeinsam mit dem Sirupspender und dem Rührstab als neuartiges natürliches Fruchtgetränk angeboten und von den Gästen begeistert angenommen.

Seit 2011 wird außerdem ein H2Ö-Flaschenkühler aus Glas angeboten.

Alle Glasprodukte werden über den H2Ö-Webshop direkt vertrieben. Die Produktpalette findet aber auch Eingang in das Sortiment der (Bio-)Supermärkte und wird von der Gastronomie angekauft.

**Glas von Hand für
das Wasser aus dem Berg**

Die Preise

Für das Rechnungswesen und Controlling sind folgende Informationen grundlegend:

Quellwasser

H2Ö-Quellwasser 0,33-l-Glas (Mehrweg)	
Pfand	€ 0,12
Materialkosten pro Flasche	€ 1,12
Nettopreis ab Werk	€ 0,38
Davon „Wasser ist Leben“	€ 0,07
Durchschnittlicher Bruttoladenverkaufspreis	€ 0,97
Durchschnittlicher Preis im Lokal	€ 1,80
H2Ö-Quellwasser 0,5-l-Glas (Mehrweg)	
Pfand	€ 0,13
Materialkosten pro Flasche	€ 0,13
Nettopreis ab Werk	€ 0,49
Davon „Wasser ist Leben“	€ 0,10
Durchschnittlicher Bruttoladenverkaufspreis	€ 1,30
Durchschnittlicher Preis im Lokal	€ 2,50
H2Ö-Quellwasser 1-l-Glas (Mehrweg)	
Pfand	€ 0,16
Materialkosten pro Flasche	€ 0,16
Nettopreis ab Werk	€ 0,68
Davon „Wasser ist Leben“	€ 0,20
Durchschnittlicher Bruttoladenverkaufspreis	€ 1,67
Durchschnittlicher Preis im Lokal	€ 3,65
H2Ö-Quellwasser 1,5-l-Glas (Mehrweg; ab 2009 nur mehr für Gastronomie erhältlich!)	
Pfand	€ 0,17
Materialkosten pro Flasche	€ 0,17
Nettopreis ab Werk	€ 0,98
Davon „Wasser ist Leben“	€ 0,30
Durchschnittlicher Bruttoladenverkaufspreis	€ 2,30
Durchschnittlicher Preis im Lokal	€ 5,00
Pfand Mehrwegkiste	€ 3,00

Bio-Fruchtsirup 1:10

5 Geschmacksrichtungen:

Heidelbeere, Preiselbeere, Birne, Apfel, Marille. Direkt abgefüllt von Bio-Bauern aus Österreich 0,5-l-Glas Mehrweg bzw. 2-l-Glas Mehrweg für Gastro

Heidelbeere, Preiselbeere:	
Bruttoladenpreis 0,5 l	€ 8,70
Nettopreis ab Werk 0,5 l	€ 3,20
Davon „Wasser ist Leben“ 0,5 l	€ 0,60
Nettoeinkaufspreis ab Hof 0,5 l	€ 1,20
Nettopreis ab Werk 2 l Gastro	€ 11,60
Davon „Wasser ist Leben“ 2 l Gastro	€ 2,00
Nettoeinkaufspreis ab Hof 2 l Gastro	€ 4,50
Apfel, Birne:	
Bruttoladenpreis 0,5 l	€ 6,90
Nettopreis ab Werk 0,5 l	€ 2,50
Davon „Wasser ist Leben“ 0,5 l	€ 0,60
Nettoeinkaufspreis ab Hof 0,5 l	€ 0,80
Nettopreis ab Werk 2 l Gastro	€ 8,60
Davon „Wasser ist Leben“ 2 l Gastro	€ 2,00
Nettoeinkaufspreis ab Hof 2 l Gastro	€ 3,00
Marille	
Bruttoladenpreis 0,5 l	€ 7,50
Nettopreis ab Werk 0,5 l	€ 2,80
Davon „Wasser ist Leben“ 0,5 l	€ 0,60
Nettoeinkaufspreis ab Hof 0,5 l	€ 1,10
Nettopreis ab Werk 2 l Gastro	€ 10,10
Davon „Wasser ist Leben“ 2 l Gastro	€ 2,00
Nettoeinkaufspreis ab Hof 2 l Gastro	€ 3,90
Pfand 2-l-Glasflasche Gastro	€ 0,50

Manufaktur-Glasprodukte

Spezialanfertigungen dreier Waldviertler Glasmanufaktur(en), werden via H2Ö-Webshop, Gastronomie und Lebensmittelhandel vertrieben

0,25-l-Glas , Brutto-Webshop-Preis	€ 14,99
0,25-l-Glas, Netto-Webshop-Preis	€ 12,49
Davon „Wasser ist Leben“	€ 3,00
0,25-l-Glas, Nettoeinkaufspreis	€ 3,90
0,33-l-Karaffe , Brutto-Webshop-Preis	€ 18,95
0,33-l-Karaffe, Netto-Webshop-Preis	€ 15,79
Davon „Wasser ist Leben“	€ 3,80
0,33-l-Karaffe, Nettoeinkaufspreis	€ 4,90
1-l-Karaffe , Brutto-Webshop-Preis	€ 29,99
1-l-Karaffe, Netto-Webshop-Preis	€ 24,99
Davon „Wasser ist Leben“	€ 5,00
1-l-Karaffe, Nettoeinkaufspreis	€ 7,90
0,05-l-Sirupspender Brutto-Webshop-Preis	€ 9,98
0,05-l-Sirupspender Netto-Webshop-Preis	€ 8,32
Davon „Wasser ist Leben“	€ 2,00
0,05-l-Sirupspender Nettoeinkaufspreis	€ 2,50
Rührstab Brutto-Webshop-Preis	€ 3,60
Rührstab Netto-Webshop-Preis	€ 3,00
Davon „Wasser ist Leben“	€ 0,50
Rührstab Nettoeinkaufspreis	€ 0,90
Flaschenkühler Brutto-Webshop-Preis	€ 13,33
Flaschenkühler Netto-Webshop-Preis	€ 11,11
Davon „Wasser ist Leben“	€ 1,00
Flaschenkühler Nettoeinkaufspreis	€ 2,90



Das Rechnungswesen und Controlling

Der Jahresabschluss der **H2Ö GmbH** wurde nach den Vorschriften des UGB erstellt und zeigt die erzielten Ergebnisse des Jahres 2011.

2011 war nach den Krisenjahren wieder ein erfolgreiches Jahr für die **H2Ö GmbH**. Wegen der Expansion in den Bereichen Gastronomie und Wellness sind die Umsatzerlöse erneut um knapp 4,7% gestiegen. Die abgebildete Gewinn- und Verlustrechnung zeigt einen 2011 erwirtschafteten Jahresüberschuss von € 125.511,69. Dieser Überschuss soll einbehalten werden, um für geplante Investitionen im Jahr 2012 vorzusorgen.

Neben der Gewinn- und Verlustrechnung 2011 sowie der Bilanz per 31. Dezember 2011 stehen für die **H2Ö GmbH** noch folgende detaillierte Aufstellungen bzw. Auswertungen als Download auf www.wissenistmanz.at/h2oe/rw zur Verfügung:

- Anlagenverzeichnis
- Umsatzaufstellung
- Aufstellung der Personalaufwendungen
- Aufstellung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen
- Plan-Bilanz 2012
- Plan-GuV 2012

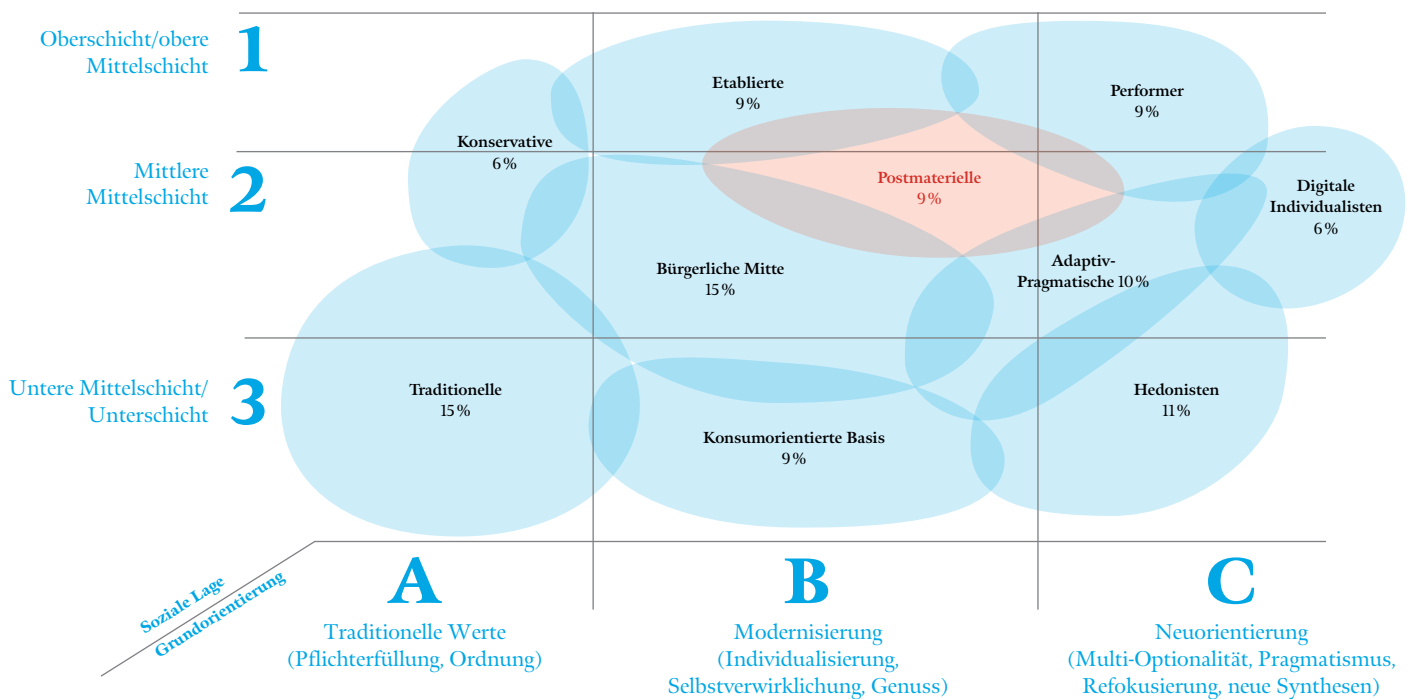
Gewinn- und Verlustrechnung 2011			
	in €	in Tsd. €	
	2011	2011	2010
1. Umsatzerlöse - direkt	2.904.977,94		2.775,4
+ WIL-Erlöse	809.143,12		785,8
2. + Bestandsveränderungen	4.551,24		7,1
Betriebsleistung	3.718.672,30		3.568,3
3. + Sonst. Betriebliche Erträge			
übrige Erträge	25.945,10		27,5
4. - Aufwendungen für Material / bez. Herstellungsleistungen			
a) Wareneinsatz - direkt	1.246.261,66		1.202,8
b) Wareneinsatz WIL	123.452,84		119,6
c) Strom/Heizmat.verbrauch	30.845,21	1.400.559,72	29,3
5. - Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	756.271,38		726,8
b) Aufw. für gesetzliche Sozialabgaben	205.789,42	962.060,80	196,9
6. - Abschreibungen			
auf Immaterielle Gegenstände AV und SAV	211.680,50		213,4
7. - Sonstige betriebliche Aufwendungen			
a) Aufwendungen WIL	685.690,27		666,1
b) übrige	275.707,39	961.397,66	318,5
8. Betriebserfolg	208.918,71		122,4
9. - Zinsen und ähnliche Aufwendungen	39.874,79		48,1
10. Finanzerfolg	-39.874,79		-48,1
11. Ergebnis der gew. Geschäftstätigkeit (EGT)	169.043,92		74,3
12. - Steuern vom Einkommen und Ertrag	-43.532,23		19,7
13. Jahresüberschuss	125.511,69		54,6
14. - Zuweisung zu Gewinnrücklagen	-12.551,00		-5,5
15. + Gewinnvortrag/-Verlustvortrag aus dem Vorjahr	10.948,54		-38,2
16. Bilanzgewinn	123.909,23		10,9

Bilanz per 31. Dez. 2011					
		in €	in Tsd. €		
		31.12.2011	31.12.2010		
Aktiva				Passiva	
A. Anlagevermögen				A. Eigenkapital	
I. Immaterielles Vermögen				I. Nennkapital (Stammkapital)	
1. Wasserentnahmerechte	5.250,00		5,8	II. Gewinnrücklagen	
2. Software	2.614,00	7.864,00	4,9	1. satzungsmäßige Rücklagen	75.344,00
II. Sachanlagevermögen				davon aus früheren Geschäftsjahren: 62.793,00	
1. Grund und Boden	300.000,00		300,0	III. Bilanzgewinn	
2. Bauten	1.069.752,90		1.114,8	davon Gewinnvortrag aus dem Vorjahr: 10.948,54	
3. Technische Anlagen	72.500,00		217,5		123.909,23
4. Betriebs- und Geschäftsausstattung	13.766,00		16,1		899.253,23
5. Fahrzeuge	8.940,00	1.464.958,90	16,3		773,7
		1.472.822,90	1.677,4	B. Rückstellungen	
B. Umlaufvermögen				1. Steuerrückstellungen	29.832,23
I. Vorräte				2. sonstige Rückstellungen	31.105,00
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	28.867,20		28,8		60.937,23
2. fertige Erzeugnisse und Waren	102.639,86	131.507,06	98,2	C. Verbindlichkeiten	
II. Forderungen u. sonst. Vermögensgegenstände				1. Verbindlichkeiten g.g. Kreditinstituten	763.333,33
1. Forderungen aus LuL	338.037,00		296,2	2. Verbindlichkeiten aus LuL	317.995,00
2. sonstige Forderungen u. Vermögensg.	36.785,66	374.822,66	35,8	3. sonstige Verbindlichkeiten	
III. Kassabestand, Guthaben Kreditinstituten				davon aus Steuern: 8.832,00	
		89.435,23	66,3	davon im Rahmen der soz. Sicherheit: 14.714,00	
		595.764,95	525,3		39.663,55
C. Rechnungsabgrenzungsposten					1.120.991,88
		15.719,50	14,9		1.374,1
		2.084.307,35	2.217,6	D. Rechnungsabgrenzungsposten	
					3.125,00
					3,6

Die Zielgruppen

Abweichend von den herkömmlichen Methoden der Marktsegmentierung richtet sich die Marketingstrategie von H2Ö an den Sinus-Milieus in Österreich aus und definiert die „Postmateriellen“ als wichtigste Zielgruppe.

Das Ergebnis einer Imagebefragung ergab, dass die Kundinnen und Kunden H2Ö gleichzeitig als wohlschmeckend und gesund sowie als verantwortungsbewusst und prestigeträchtig einstufen.



Sinus B12 (Postmaterielle) 9%: Liberale Grundhaltung, postmaterielle Werte und intellektuelle Interessen

Lebenswelt

- Die Postmateriellen sind überwiegend hoch gebildet, kosmopolitisch und tolerant. Gewöhnt, in globalen Zusammenhängen zu denken, setzen sie sich kritisch mit den Auswirkungen von Übertechnisierung und Globalisierung auseinander. Höchster Wert ist die Lebensqualität des einzelnen.
- Sie haben großes Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten und gehen souverän mit beruflichen Herausforderungen um. Sie wollen Erfolg im Beruf, aber nicht um jeden Preis.
- Ihre postmateriellen Ansprüche richten sich auf die Entfaltung ihrer individuellen Bedürfnisse und Neigungen, auf das Schaffen von Freiräumen für sich und auf mehr Zeitsouveränität.
- In hohem Maße sind sie interessiert an Literatur, Kunst und Kultur. Weiterbildung ist ein lebenslanges Thema, weil sie sich mehr über Intellekt und Kreativität definieren als über Besitz und Konsum.

- Ihr Lebensstil ist umwelt- und gesundheitsbewusst (Balance zwischen Körper, Geist und Seele). Sie schätzen subtile Genüsse, die durchaus einen hohen Preis haben dürfen. Überflüssigen Konsum lehnen sie aber ab. Nach dem Motto „Weniger ist mehr.“ kaufen sie selektiv und mit hoher Kennerschaft.

Soziale Lage

- Breites Altersspektrum von Anfang 20 bis zur Generation der „jungen Alten“; häufig größere Haushalte mit Kindern
- Hohe bis höchste Formalbildung (Matura, Studium)
- Qualifizierte und leitende Angestellte und Beamte, Freiberufler, Studenten
- Hohes Einkommensniveau

H₂Ö

Trink.Wasser.

Die Funktionsbereiche

Alles für die Kunden



Die Materialwirtschaft

Die **H2Ö GmbH** kauft Glasflaschen, Karaffen, Bio-Fruchtsirup, Gläser, Sirupspender, Rührstäbe und Flaschenkühler zu. Mit allen Lieferanten werden Jahresverträge abgeschlossen. Ein gezieltes Beschaffungsmarketing wird nicht betrieben. Bei der Lieferantenauswahl spielen persönliche Beziehungen zwischen den Geschäftsführern der H2Ö und den Lieferanten eine wichtige Rolle. Die Größe des Beschaffungslagers ist darauf ausgerichtet, den Bedarf von etwa 60 Tagen abzudecken.

Die Lieferanten

Partner Biobauern (Fruchtsirup)

Aus dem Netzwerk der BIO AUSTRIA, einer Plattform für Biobäuerinnen und Biobauern aus Österreich (www.bio-austria.at), wurden fünf Biobauern ausgewählt, die in der Lage sind, die strengen Qualitätsvorstellungen der **H2Ö GmbH** zu erfüllen:

Biokönig Kanz, Seil 12 a, 8775 Kammerau
Natureck Kovacz, Poststr. 50, 8797 Trofaiach
Wiesenbauer Fritz, Drollinggraben 12, 8795 Leoben
Max Waldhammer, Gut Schwarzenbach, Spitalg. 29, 8634 Mariazell
Karl Lammer, Stöbming 25, 8625 Turnau
Norbert Strauss, Joching 165, 3610 Weißenkirchen
Herta Ploiner, Schwallenbach 70, 3620 Spitz an der Donau



Partner Glasmanufakturen

Da neben dem Produktinhalt die Verpackung alkoholfreier Getränke ein Schlüsselkriterium für die Kaufentscheidung ist, wurden vier Manufakturen aus der Waldviertler Glasregion mit der Herstellung der Glaswaren für H2Ö beauftragt:

Waldkristall GmbH, Kirchengasse 35, 3875 Altnagelberg
Glasleben GmbH, Postplatz 14, 3041 Großgraben/Asperhofen
Handglas GmbH, Weinweg 34, 3970 Weitra
Oktalz GmbH, Müllauergasse 17, 3875 Altnagelberg



Labor

Speziell für Produzenten von Bioprodukten ist die Qualitätszertifizierung durch ein unabhängiges und renommiertes Labor von großer Bedeutung. Die **H2Ö GmbH** lässt die Wasserqualität durch das Labor p.e.t.r.a Research & Service GmbH, Lagergasse 14, 8700 Leoben prüfen.

Labor p.e.t.r.a Research & Service GmbH, Lagergasse 14, 8700 Leoben



WiL-Wasserflaschen (1,5-l-PET-Flaschen)

Greiner Packaging GmbH, 4552 Wartberg/Krems

Die Konditionen der Lieferanten

	Lieferbedingungen	Zahlungsbedingungen
Biobauern	frei Lager Aflenz	90 Tage Ziel
Glasleben GmbH	frei Haus	binnen 7 Tagen 2 % Skonto oder binnen 60 Tagen ohne Abzug
Waldkristall GmbH	ab Werk	binnen 7 Tagen 2 % Skonto oder 30 Tage netto
Handglas GmbH	frei Haus	sofort ohne Abzug
Oktalz	frei Lager Aflenz	prompt
Labor		prompt

Die Produktion und Logistik

Wasserabfüllung (firmeneigene Anlage)

Kosten für eine Abfüllanlage (Abschreibung auf 10 Jahre)	€ 1.450.000
Kosten für den Bau der Halle	€ 720.000
Abfüllkapazität	4000 Flaschen/Stunde unabhängig von der Gebindegröße

Die Mehrweg-Glasflaschen können ca. 50-mal wiederbefüllt werden, der Glasbruch beträgt dabei weniger als 1%.

Die Produktionsabläufe – in 17 Schritten

1. Leergutannahme

Gabelstapler entladen die Leergutpaletten vom Lkw und stellen diese auf eine Palettentransportbahn.

2. Palettenprüfstation

Paletten und Kisten werden getrennt. Die Palette wird gesäubert und pneumatisch auf Stabilität geprüft. Defekte Paletten werden automatisch zur Reparatur ausgeschleust. Die Leergutkisten laufen zum Auspacker.

3. Kastenkontrolle

(Leergut) Das Leergut wird mittels einer Kamera auf Fremdflaschen kontrolliert. Nicht auspackbare Kisten werden ausgeschleust und manuell sortiert.

4. Auspacker

Die Flaschen werden aus der Kiste gehoben und auf ein Flaschenband gestellt. Die leeren Kisten durchlaufen eine Reinigung.

5. Sortierer

Eine Kamera prüft die Flaschen auf Höhe und Form. Fremdflaschen werden ausgeschleust und zur Wiederverwendung in der Getränkeindustrie gesammelt. Defekte Flaschen werden der wertstofflichen Wiederverwertung zugeführt.

6. Abschrauber/Ent-Etikettierer

Abschraubköpfe drehen die Verschlüsse von der Flasche ab. Die Etiketten werden aufgeschnitten, durch Bürsten gelöst und entfernt. Verschlüsse und Etiketten werden der wertstofflichen Wiederverwertung zugeführt.

7. Flascheninspektor (Sniffer)

In der Maschine befinden sich verschiedene Messsysteme, die an jeder Flasche eine Fremdstoffanalyse vornehmen. Kontaminierte Flaschen werden ausgeleitet und der Entsorgung zugeführt.

8. Flaschenreinigungsmaschine

In der Flaschenreinigungsmaschine werden die Flaschen gereinigt und desinfiziert. Die Flaschen werden nach der Restentleerung in Laugetauchbädern und verschiedenen Spritzzonen gereinigt. Bevor die Flaschen die Reinigungsmaschine verlassen, werden sie mit Frischwasser ausgespült.

9. Inspektor

Ein Hängetransporter leitet die gereinigten Flaschen zum Inspektor. Eine Kamera kontrolliert sie auf Verunreinigungen und Schäden (u.a. an Boden, Wand und Mündung). Verunreinigte Flaschen werden wieder der Spülmaschine zugeleitet, schadhafte Flaschen werden aussortiert und der wertstofflichen Wiederverwertung zugeführt.

10. Füller/Verschließer

Vor der Befüllung werden die Flaschen zuerst mit CO₂ vorgespannt, bis ein Druckausgleich zwischen dem Ringkessel des Füllers und der Flasche hergestellt wurde. Danach wird die Flasche befüllt, bis die Sollmenge erreicht wurde. Nachdem die Flasche entlastet ist, verlässt sie den Füller und wird vom Verschließer übernommen. Die befüllten Flaschen übernehmen die Verschlüsse aus der Verschlusszuführung und werden zugemacht. Danach wird die Füllhöhe kontrolliert, unterfüllte und nicht ordnungsgemäß verschlossene Flaschen werden ausgeschleust.

11. Etikettiermaschine

Die schlauchförmigen Etiketten werden auf zwei Stationen abgewickelt, laufen über Umlenkrollen zur Laserdatierung und werden anschließend geschnitten. Die einzelnen Etiketten werden aufgespreizt und über die Flaschen gezogen. Am Auslauf der Maschine werden Datierung (Mindesthaltbarkeitsdatum), Anlage, Abfüllzeit und Sitz des Etiketts überprüft.

12. Einpacker

Die Flaschen werden in Gassen verteilt, von Greifertulpen angepresst und in die zuvor zentrierten Kisten abgesetzt. Die befüllten Kisten durchlaufen anschließend eine Vollkastenkontrolle.

13. Bepalettierer

Der Bepalettierer greift die bestückten Kisten vom Band und packt sie lagenweise auf Paletten.

14. Palettenetikettierer

Der Palettenetikettierer versieht die Paletten mit einem Klebeetikett. Auf dem Etikett sind die Produktdaten zur Erfassung des Warenflusses zwischen Hersteller und Handel in einem Strichcode verschlüsselt.

15. Palettenumreifer

Die gepackten Paletten werden zum Palettenumreifer transportiert, der sie mit einem Umreifungsband für den Transport zum Handel vorbereitet.

16. Verladung

Gabelstapler verladen die Paletten just in time auf Lkw oder transportieren sie zur Zwischenlagerung in Lagerhallen.

17. Qualitätssicherung

Mitarbeiter/innen der Qualitätssicherung begleiten und überwachen den Produktions- und Abfüllprozess ständig. Sie kontrollieren stichprobenartig die Produktionsanlagen und die hygienisch einwandfreie Sauberkeit der Produktverpackungen. In der Produktendkontrolle überprüfen die Mitarbeiter/innen das Wasser auf chemisch-analytische Eigenschaften und Werte. Zur Sicherung konstanter Produktqualität werden außerdem pH-Wert-Messungen durchgeführt. Mikrobiologische Untersuchungen liefern den Nachweis, dass die Vorschriften der Mineral- und Tafelwasserverordnung (MTVO) im Bereich Mikrobiologie eingehalten werden. Strenge Kontrollen und die sorgfältige Abfüllung garantieren so den gleichbleibend hohen Standard von H₂O.

Der Großteil der Lagerabläufe wird papierlos gesteuert. Die Transporte der H2Ö GmbH werden überwiegend durch den eigenen Fuhrpark abgewickelt.

Die interne Logistik

Mit dem Ziel, die internen Logistikabläufe optimal zu gestalten, erfolgt die Prozessabwicklung überwiegend IT-unterstützt. Der Großteil der Lagerabläufe wird papierlos gesteuert. Die Transportauftragszuteilung erfolgt über das flächendeckend installierte WLAN-Netz. Damit ist es auch möglich, jede Palette bis auf den Transporter zu verfolgen.

Der automatisierte Kommissionierleitstand zeigt den aktuellen Liefervorrat an, unterteilt in die Prozesse „Kommissionierung“ und „Verladung“, und dient der geordneten Freigabe der Kommissionier- und Verladeaufträge an das Lager.

Abholungen und Zustellungen

Die Transporte der H2Ö GmbH werden überwiegend durch den eigenen Fuhrpark abgewickelt. In Spitzenzeiten arbeitet das Unternehmen häufig mit der auf Getränke-logistik spezialisierten Spedition EFT Transportagentur GmbH aus St. Michael bei Graz zusammen.

Der im Jahr 2009 geschaffene Online-Verbund mit der Spedition erlaubt es, die Transporte noch effektiver zu steuern und die Abrechnungen zu beschleunigen. Da die H2Ö GmbH zunächst darauf verzichtet, weitere Lkw zur Erweiterung des eigenen Fuhrparks anzuschaffen, wird die EFT Transportagentur GmbH zu einem wichtigen Partner des Unternehmens.

In einem Lkw haben 18 Paletten mit Getränkekisten Platz, bei einem Lkw-Zug im Hänger noch zusätzlich 15–18 Paletten. 1 Palette umfasst 32 Kisten (mit 12x 1-l oder 1,5-l-Flaschen bzw. 20 x 0,5-l-Flaschen). Kosten pro Lkw-km betragen 1,16 € (1,00 € + 0,16 € für das Roadpricing).



Strenge Ausrichtung auf die **Zielgruppe**, Marketing-Mix auf mehreren Ebenen, **Kommunikationskosten** so gering wie möglich:

Das Marketing

Streng ausgerichtet auf die Zielgruppe der „Postmateriel-
len“ wurde der Marketing-Mix für das schmale und hoch-
preisige Angebot auf mehreren Ebenen angelegt.

Um die Kommunikationskosten so gering wie möglich zu halten, werden Werbekampagnen in die Zielgruppen ansprechenden Printmedien platziert. Diese werden vereinzelt durch an Letztverbraucher gerichtete Direktmarketing-Maßnahmen unterstützt. So häufig wie möglich wird versucht, Kooperationen mit Fernseh- und Radiosendern zu initiieren, um im Rahmen von Reportagen zu den Themen Wasser, Umweltschutz, Nachhaltigkeit oder Entwicklungspolitik prominent ins Licht gerückt zu werden. Rund um die Sendetermine dieser Reportagen werden verschiedene Verkaufsförderungsmaßnahmen ergriffen. Darüber hinaus ist die **H2Ö GmbH** auch auf einschlägigen Messen und Veranstaltungen diverser NGOs, die sich mit der Thematik Wasser beschäftigen, vertreten.

Der für das große Absatzvolumen wichtige Lebensmitteleinzelhandel und die für das Qualitäts-Image der H2Ö wichtige Gastronomie erhalten regelmäßig längere Besuche durch die zuständigen Verkaufsverantwortlichen. Ein Mal pro Jahr wird für die Einkäufer der Billa AG bzw. der SPAR AG ein zweitägiges Event veranstaltet, zu dem auch die wichtigsten Kunden aus der Gastronomie eingeladen werden.

Abgesehen von der steirischen Gastronomie und vom Webshop, über den der Vertrieb der zugekauften Gläser, Glaskaraffen, Sirupspender, Rührstäbe und Flaschenkühler erfolgt, ist die gesamte Distribution indirekt organisiert.



Die Vertriebspartner



Lebensmitteleinzelhandel

Der österreichische Lebensmitteleinzelhandel ist besonders wettbewerbsintensiv. Die drei Marktführer Rewe Austria (unter anderem mit Billa und Merkur), der SPAR-Konzern und Hofer dominieren den heimischen Markt zu fast 80 %. Der Bio-Marktanteil im österreichischen Lebensmittelhandel liegt bei etwa 6 %. Potenziale für weiteres Bio-Wachstum im Lebensmitteleinzelhandel sehen Fachleute unter anderem bei Molkereiprodukten und Teigwaren, aber auch bei Fruchtsäften.

(Bio-)Supermärkte

NaturPur Österreich, Stadtparkstraße 32, 3020 Graz, Zentrallager in Graz;

holt direkt bei H2Ö ab bzw. organisiert entsprechend eine Spedition

Bio.Leben.Austria, Kleßheimer Allee 12, 5020 Salzburg; Zentrallager in Salzburg;

holt direkt bei H2Ö ab bzw. organisiert entsprechend eine Spedition

SPAR Österreichische Warenhandels-AG, Europastr. 3, 5015 Salzburg

BILLA AG, IZ NÖ-Süd, Str. 3, Obj. 16, 2355 Wr. Neudorf

Tivil GmbH, Bahnhofstraße 17, 3100 St. Pölten; holt direkt bei H2Ö ab bzw. organisiert entsprechend eine Spedition

Getränkegroßhändler (für nicht-steirische Gastronomie – Gastronomie wird in der Steiermark direkt beliefert, sonst über Großhändler mit Abnahme zu Gastronomiekonditionen)

Getränkehandel Förster GmbH, Innsbruck/Tirol, holt direkt bei H2Ö ab bzw. organisiert entsprechend eine Spedition

Getränke Mölzer GmbH, Schärding/OÖ, holt direkt bei H2Ö ab bzw. organisiert entsprechend eine Spedition

NaturPur Österreich

NaturPur betreibt drei Bio-Supermärkte in Wien sowie je einen Bio-Supermarkt in Graz und in Klagenfurt. Die Geschäftsphilosophie besteht darin, in heller und freundlicher Atmosphäre ein gleichermaßen breites wie tiefes Sortiment an Bioprodukten zeitgemäß anzubieten.

Bio.Leben.Austria

Bio.Leben.Austria zählt zu den führenden Bio-Supermärkten in Westösterreich. Das Unternehmen steht für gesunde Ernährung und Lebensqualität mit regionalen Bio-Produkten aus Österreich. Gleichzeitig mit der Listung von H2Ö hat Bio.Leben.Austria auch eine Reihe weiterer Produkte von Herstellern mit nachhaltiger Orientierung in das Sortiment aufgenommen.

SPAR Österreichische Warenhandels-AG

H2Ö wird im Rahmen von SPAR-Gourmet gelistet. SPAR-Gourmet ist ein auf Feinkost orientierter Geschäftstyp des SPAR-Konzerns (www.spar.at).

Billa AG

Bei der Billa AG erfolgt der Vertrieb von H2Ö ausschließlich über ausgewählte Billa-Filialen, die in ihrem Sortiment Schwerpunkte mit qualitativ hochwertigen Produkten setzen (www.rewe-group.at).

Tivil GmbH

Die Tivil GmbH betreibt 8 Filialen in St. Pölten, Amstetten, Linz und Wels. Das Unternehmen verfügt über ein umfangreiches Bio-Sortiment. Die Positionierung „für ein bewusstes Leben“ zeigt eine hohe Übereinstimmung mit der Unternehmensphilosophie von H2Ö.

Getränkegroßhandel

Innerhalb des Getränkegroßhandels herrscht starker Konkurrenzdruck. Eine wesentliche Ertragsquelle dieser Branche liegt in der Übernahme der Logistikfunktion für den Lebensmitteleinzelhandel. Auch die Gastronomie stellt eine bedeutende Ertragsquelle für den Getränkegroßhandel dar.

Getränkhandel Förster GmbH

Das Unternehmen mit Sitz in Innsbruck/Tirol bearbeitet Tirol und Vorarlberg mit einem breiten Getränkesortiment und ist Spezialist für die Versorgung der Spitzengastronomie im Westen Österreichs.

Getränke Mölzer GmbH

Getränke Mölzer in Schärding/Oberösterreich positioniert sich als perfekter Partner im Vertrieb von Markengerätränken mit besten Kontakten zur gehobenen Gastronomie in Oberösterreich und Salzburg.

Gastronomie

Im Laufe der letzten Jahre ist Österreich zu einem Feinschmeckerland geworden. Zwischen Neusiedlersee und Bodensee hat sich eine vielfältige Gastronomie entwickelt, die häufig auf regionale Köstlichkeiten setzt und internationalen Vergleichen stand hält.

H2Ö beliefert die steirische Gastronomie direkt, die Gastronomie in den anderen Bundesländern wird über den Getränkegroßhandel beliefert.

Konditionen der Vertriebspartner

Die Lieferungen für Spar erfolgen an das Spar-Zwischenlager in Graz, Hafnerstraße 20. Für Billa wird ein Zwischenlager in Kalsdorf bei Graz beliefert. Diese Lieferungen werden durch die Spedition EFT Transportagentur GmbH abgewickelt.

	Lieferbedingungen	Zahlungsbedingungen
NaturPur Österreich	ab Lager Aflenz	30 Tage Ziel/8 Tage 2 % Skonto
Bio.Leben.Austria	ab Lager Aflenz	30 Tage Ziel/8 Tage 2 % Skonto
SPAR AG	frei Zentrallager Wels	60 Tage Ziel/10 Tage 3 % Skonto
Billa AG	frei Zentrallager Wr. Neudorf	60 Tage Ziel/10 Tage 3 % Skonto
Tivil GmbH	ab Lager Aflenz	60 Tage Ziel netto Kassa
Getränkhandel Förster GmbH	ab Lager Aflenz	14 Tage Ziel netto Kassa
Getränke Mölzer GmbH	ab Lager Aflenz	14 Tage Ziel netto Kassa
Gastronomie	frei Haus	30 Tage Ziel/8 Tage 2 % Skonto

Konditionen des Transportunternehmens

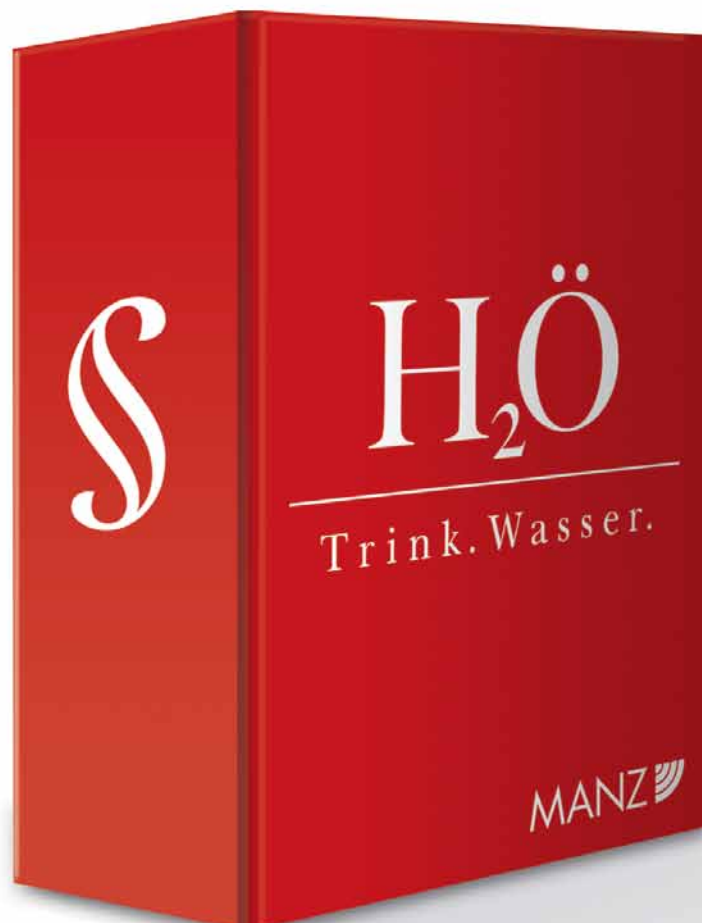
	Lieferbedingungen	Zahlungsbedingungen
Spedition EFT GmbH	ab Lager Aflenz	14 Tage Ziel

H₂Ö

Trink. Wasser.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen

Außen- und Innenverhältnis der H₂Ö GmbH



Unternehmensdaten 2011

Unternehmenssitz und Rechnungsadresse: H2Ö GmbH, Bürgergraben 1–5, 8623 Aflenz/Steiermark
Infoline: +43 810 426 235 369
Telefax: +43 3861 426 235 369 426
E-Mail: office@h2oe.at
Homepage: www.h2oe.at
Rechtsform: Gesellschaft mit beschränkter Haftung FN 243253v, Handelsgericht Leoben
Gründungsjahr: 2002
Behörde gem. ECG: Bezirkshauptmannschaft Bruck/Mur
Bankkonto: UniCredit Bank Austria AG Fil. Kapfenberg, BLZ: 12000, Konto-Nr.: 381 268 693 00
BIC: BKAUATWW, IBAN: AT46 1200 0381 2686 9300
Steuernummer: 532/1863, Finanzamt Bruck Leoben Mürzzuschlag (FA65)
Kontonummer bei der Stadtkasse: 063 000 009 96, BLZ: 20815
Kontonummer bei der Steiermärkischen Gebietskrankenkasse: 1234567
Firmenbuchnummer: FN 243253v
Firmenbuchgericht: Landes- und Handelsgericht Leoben
DVR (Datenverarbeitungsregister-Nummer): 0096408
UID-Nr.: ATU26545502
Geschäftsbereich: Abfüllung und Vertrieb von natürlichem Quellwasser, Handel mit Fruchtsirupen und Glasmanufakturen
Eigentumsverhältnisse: 28,57 % Mag. Lucas Turek, 28,57 % Mag. Lea Schreiner, 42,86 % Gemeinde Aflenz
Geschäftsführung: Mag. Lucas Turek (Marketing, Verkauf), Mag. Lea Schreiner (Finanzen, Produktion, Technik)
Mitarbeiterstand (Jänner 2011): 2 Geschäftsführer, 27 Mitarbeiter/innen

Gesellschaftsvertrag aus 2002

§ 1 – Firma und Sitz

- (1) Die Firma der Gesellschaft lautet: „H2Ö GmbH“
- (2) Der Sitz der Gesellschaft befindet sich in 8623 Aflenz/Steiermark, Bürgergraben 1–5.

§ 2 – Gesellschafter

Gemeinde Aflenz-Land, Dörflach 24, 8623 Aflenz/Steiermark
Mag. Lucas Turek, 17. März 1975, Wiener Straße 17, 8623 Aflenz/Steiermark
Mag. Lea Schreiner, 18. Februar 1976, Murauerweg 58, 8623 Aflenz/Steiermark

§ 3 – Gegenstand des Unternehmens

Gegenstand bzw. Zweck des Unternehmens sind die Abfüllung und der Vertrieb von natürlichem Quellwasser, Handel mit Fruchterzeugnissen und Glasmanufakturen sowie die Unterstützung von Projekten in Gebieten mit akutem Trinkwassermangel und Wasserlieferung in Notregionen.

§ 4 – Stammkapital und Stammeinlagen

- (1) Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt € 700.000,--.
- (2) Eigentumsverhältnisse: € 300.000,-- Gemeinde Aflenz, € 200.000,-- Mag. Lucas Turek, € 200.000,-- Mag. Lea Schreiner

§ 5 – Dauer der Gesellschaft

Die Gesellschaft ist auf unbestimmte Zeit errichtet.

§ 6 – Organe der Gesellschaft

Die Gesellschaft hat einen oder mehrere Gesellschafter. Sind mehrere Gesellschafter vorhanden, so ist die Vertretungsbefugnis durch Beschluss der Gesellschafter zu regeln.

§ 7 – Einschränkung der Geschäftsführung

Folgende Geschäftsfälle bedürfen der Zustimmung des Gemeinderats:

- (1) Erwerb, Veräußerung und Belastung von Liegenschaften oder Teilen davon, sowie Verfügungen über Liegenschaften
- (2) die Aufnahme weiterer Gesellschafter sowie die Änderung von Beteiligungsverhältnissen

§ 8 – Gewinn- und Verlustverteilung

10 % des Jahresüberschusses sind der Gewinnrücklage zuzuführen.

Der Jahreserfolg nach Dotation der Gewinnrücklage wird auf die Gesellschafter nach dem Verhältnis der Kapitalbeteiligung aufgeteilt.

Die Verwendung erzielter Gewinne obliegt der Beschlussfassung durch die Generalversammlung.

§ 9 – Generalversammlung

- (1) Die Generalversammlung besteht aus den Gesellschaftern der Gesellschaft.
- (2) Die ordentliche Generalversammlung wird jährlich ein Mal innerhalb der ersten sechs Monate jeden Jahres einberufen. Die Einberufung erfolgt durch die Geschäftsführung unter Bekanntgabe der Tagesordnung mittels eingeschriebenen Briefs.
- (3) Sofern das Gesetz oder dieser Gesellschaftsvertrag keine anderen Mehrheiten bestimmen, werden die Beschlüsse in der Generalversammlung mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst.

§ 10 – Auflösung der Gesellschaft

Für einen Beschluss auf Auflösung der Gesellschaft ist die Zustimmung sämtlicher Gesellschafter erforderlich.

§ 11 – Allgemeine Bestimmungen

Soweit durch diesen Gesellschaftsvertrag in seiner jeweils gültigen Fassung oder durch gültige Generalversammlungsbeschlüsse nichts anderes bestimmt ist, gelten für die Gesellschaft die Bestimmungen des Gesetzes über die Gesellschaften mit beschränkter Haftung.

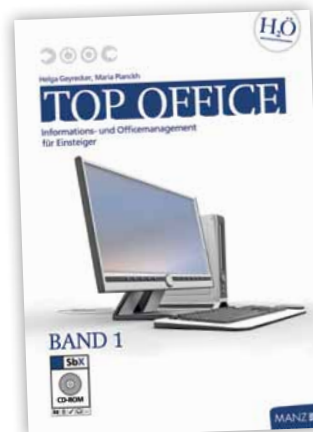
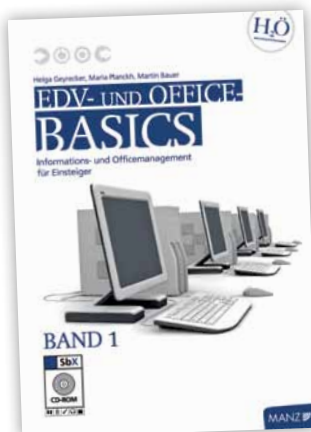
Aflenz, 4. März 2002

H₂Ö

Trink. Wasser.

Wirtschaft erleben, verstehen und gestalten

Die H2Ö-Beispiele in den MANZ
Lehr- und Lernpaketen



Lehren und Lernen mit dem virtuellen Musterunternehmen

Die Aufgabenstellungen im Kontext der H2Ö GmbH ergänzen die bestehende Unternehmens- und Branchenvielfalt der Beispiele in den MANZ Lehr- und Lernpaketen. Schülerinnen und Schüler können durch die Bearbeitung der H2Ö-Beispiele innerhalb des Unternehmens in verschiedene Rollen schlüpfen und auf diese Weise Wirtschaft hautnah erleben und verstehen lernen.

Im Schuljahr 2012/13 finden Sie H2Ö-Beispiele in folgenden Lehr- und Lernpaketen von MANZ

* mit SbX-CD:

- | | |
|--|--|
| 136198 Rechnungswesen & Controlling HAK I * | 136224 Wirtschaftsinformatik Basic HAK I (Bauer) * |
| 140758 Rechnungswesen & Controlling HAK II * | 136229 Wirtschaftsinformatik Professional HAK II (Bauer) * |
| 145653 Rechnungswesen & Controlling HAK III * | 140775 Wirtschaftsinformatik Expert HAK III (Bauer) * |
| 150655 Rechnungswesen & Controlling HAK IV * | 136239 Wirtschaftsinformatik Basic HAS 1 (Bauer) * |
| 155655 Rechnungswesen & Controlling HAK V * | 136244 Wirtschaftsinformatik Professional HAS 2 (Bauer) * |
| 136203 Rechnungswesen HAS 1 * | 136249 Wirtschaftsinformatik Expert HAS 3 (Bauer) * |
| 140756 Rechnungswesen HAS 2 * | 136165 top office Band 1 * |
| 145655 Rechnungswesen HAS 3 * | 140760 top office Band 2 * |
| 136205 Rechnungswesen & Controlling HLW/FW I/1 * | 145660 top office Band 3 * |
| 140764 Rechnungswesen & Controlling HLW II * | 136174 EDV- und Office-Basics 1 * |
| 145654 Rechnungswesen & Controlling HLW III * | 140765 EDV- und Office-Basics 2 * |
| 150656 Rechnungswesen & Controlling HLW IV * | 136364 Angewandte Informatik Tourismus HLT III |
| 155278 Rechnungswesen & Controlling HLW V * | 140772 Angewandte Informatik HLW III * |
| 140762 Rechnungswesen & Controlling FW 2 * | 140773 Angewandte Informatik HLW IV/V * |
| 136141 Betriebswirtschaft HAK I * | |
| 140759 Betriebswirtschaft HAK II * | |
| 145660 Betriebswirtschaft HAK III * | |
| 150657 Betriebswirtschaft HAK IV * | |
| 150657 Betriebswirtschaft HAK V * | |
| 136149 Betriebs- und Volkswirtschaft HAS 1 * | |
| 140757 Betriebs- und Volkswirtschaft HAS 2 * | |
| 145651 Betriebs- und Volkswirtschaft HAS 3 * | |
| 136151 Betriebs- und Volkswirtschaft HLW I * | |
| 140763 Betriebs- und Volkswirtschaft HLW II * | |
| 145649 Betriebs- und Volkswirtschaft HLW III * | |
| 150658 Betriebs- und Volkswirtschaft HLW IV * | |
| 136147 Betriebs- und Volkswirtschaft FW 1 * | |
| 140761 Betriebs- und Volkswirtschaft FW 2 * | |
| 116238 Wirtschaftsinformatik HAK I (Baier/Reikerstorfer) | |
| 120895 Wirtschaftsinformatik HAK II (Baier/Reikerstorfer) | |
| 125434 Wirtschaftsinformatik HAK III (Baier/Reikerstorfer) | |
| 116043 Wirtschaftsinformatik HAS 1 (Baier/Reikerstorfer) | |
| 116047 Wirtschaftsinformatik HAS 2 (Baier/Reikerstorfer) | |
| 120898 Wirtschaftsinformatik HAS 3 (Baier/Reikerstorfer) | |
- ... und neu in
- 155247 Angewandte Mathematik HAK/HLW/LaFo *
- MANZ Materialien für den Schulversuch
Praxis Handelsschule (Unterrichtsmittel eigener Wahl)
- Betriebswirtschaft, Wirtschaftliches Rechnen, Rechnungswesen HAS 1 (Praxis Handelsschule)
 - Betriebswirtschaftl. Übungen einschl. Übungsfirma HAS 1
 - Officemanagement und Angewandte Informatik HAS 1

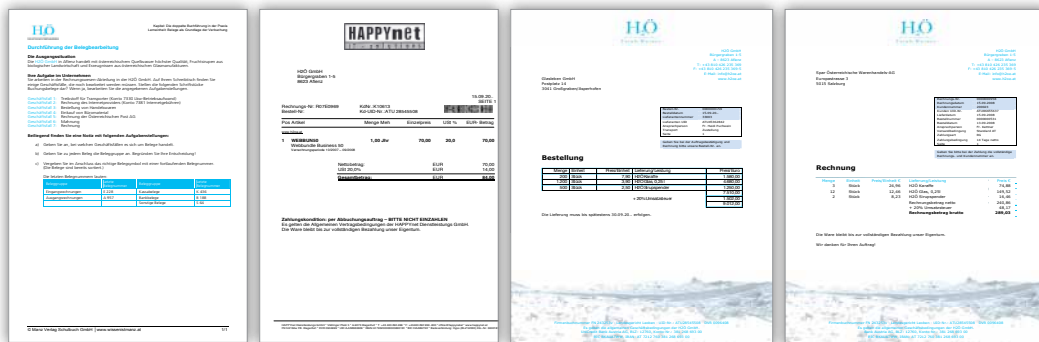
Hier sehen Sie eine kleine Auswahl von H2Ö-Beispielen aus den MANZ Lehr- und Lernpaketen für Rechnungswesen, Betriebs- und Volkswirtschaft, Wirtschaftsinformatik und Informations- und Office-Management:

Rechnungswesen

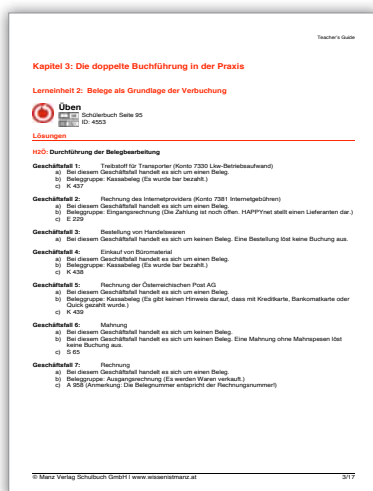
Die Schüler/innen arbeiten in der Rechnungswesen-Abteilung der H2Ö-GmbH. Auf ihrem Schreibtisch landen zahlreiche Schriftstücke zu Geschäftsfällen. Sofern es sich dabei um Buchungsbelege handelt, dienen sie zur Erfassung der Geschäftsfälle in der Buchführung. Dabei müssen stets die wesentlichen Beleggrundsätze beachtet werden.



Auf der H2Ö-Website erfährt die Schülerin bzw. der Schüler, was ihre/seine Aufgabe im Unternehmen ist.



Für die Schülerin bzw. den Schüler stehen im SbX H2Ö-Aufgaben in Form umfangreicher Belegbeispiele zur Verfügung.



Für die Lehrer/innen stehen in der SbX-Lehrer-version (online und auf CD) die Lösungen zur Verfügung.



Rechnungswesen & Controlling HAK I-V
Rechnungswesen HAS 1-3
Rechnungswesen & Controlling HLW/FW I/II
Rechnungswesen & Controlling HLW II-IV
Rechnungswesen & Controlling FW 2

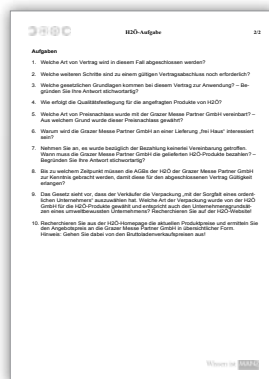


Betriebswirtschaft

Die Schüler/innen arbeiten z. B. in der Marketing-Abteilung der H2Ö GmbH. Im folgenden Beispiel finden sie auf ihrem Schreibtisch ein Ansuchen der Grazer Messe Partner GmbH um Angebotslegung für die Belieferung einer Konferenz mit H2Ö-Quellwasser und Biofruchtsäften.

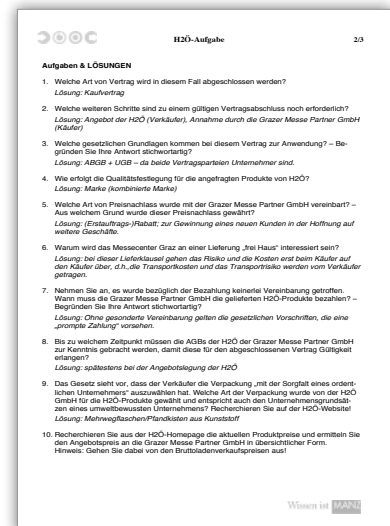


Auf der H2Ö-Website erfährt die Schülerin bzw. der Schüler, was ihre/seine Aufgabe im Unternehmen ist.



Für die Schülerin/den Schüler stehen im SbX H2Ö-Aufgaben in Form von Fallbeispielen mit Arbeitsblättern zur Verfügung.

Für die Lehrer/innen stehen in der SbX-Lehrerversion (online und auf CD) die Lösungen zur Verfügung.



Betriebswirtschaft HAK I-V
Betriebs- und Volkswirtschaft HAS 1-3
Betriebs- und Volkswirtschaft HLW I-IV
Betriebs- und Volkswirtschaft FW 1-2

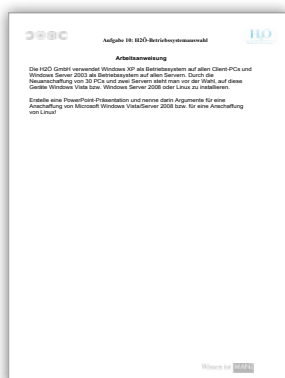


Wirtschaftsinformatik (Bauer)

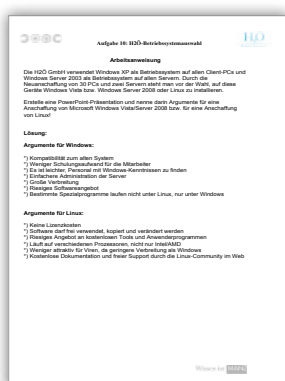
Die Schüler/innen sind in der H2Ö GmbH für IT und Prozessmanagement verantwortlich. Im folgenden Beispiel erhalten sie vom Geschäftsführer, Herrn Mag. Lucas Turek, die verantwortungsvolle Aufgabe, alle PCs aller Mitarbeiter und die beiden Server auszutauschen und dabei eine begründete Entscheidung zwischen den Betriebssystemen Linux und Windows zu treffen.



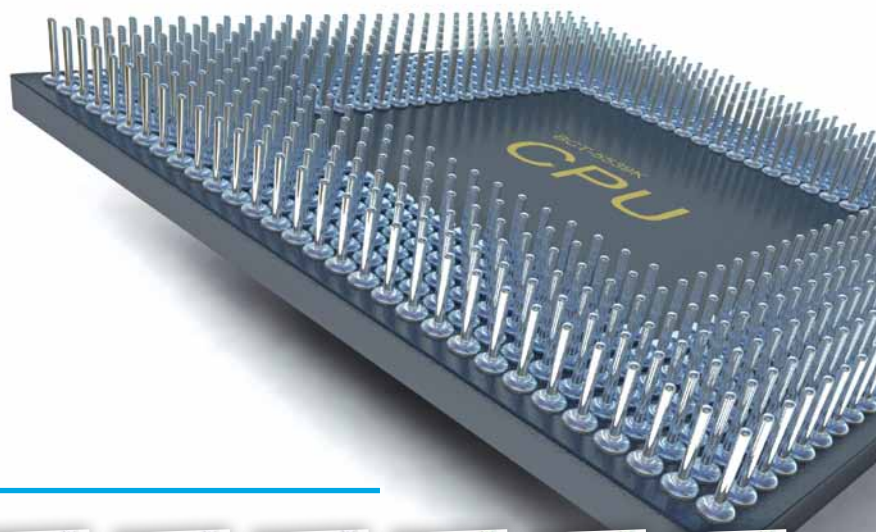
Auf der H2Ö-Website erfährt die Schülerin bzw. der Schüler, was ihre/seine Aufgabe im Unternehmen ist.



Für die Schülerin/ den Schüler stehen im SbX H2Ö-Aufgaben mit Arbeitsblättern zur Verfügung.



Für die Lehrer/innen stehen in der SbX-Lehrerversion (online und auf CD) die Lösungen zur Verfügung.



Wirtschaftsinformatik Basic HAK I (Bauer)
Wirtschaftsinformatik Professional HAK II (Bauer)
Wirtschaftsinformatik Expert HAK III (Bauer)
Wirtschaftsinformatik Basic HAS 1 (Bauer)
Wirtschaftsinformatik Professional HAS 2 (Bauer)
Wirtschaftsinformatik Expert HAS 3 (Bauer)



Wirtschaftsinformatik (Reikerstorfer, Baier)

Alle Lehrbeispiele im Schülerbuch behandeln Aufgabenstellungen im Zusammenhang mit der H2Ö GmbH. Im folgenden Beispiel wird der Aufbau eines Tabellenblattes in Excel anhand einer Umsatztabelle der H2Ö GmbH erklärt.

Im Schülerbuch behandeln alle Lehrbeispiele im Schritt LERNEN Aufgabenstellungen im Zusammenhang mit der H2Ö GmbH.



Lerneinheit 1: Eintauchen in Excel

2 Aufbau eines Tabellenblatts

Wie finde ich mich in Excel zurecht?

Das jeweilige Tabellenblatt besteht aus Spalten und Zeilen. Die Spalten werden mit Großbuchstaben (A, B, C, ...) benannt, die Zeilen mit Zahlen (1, 2, 3, ...) bezeichnet. Der Schnittpunkt einer Spalte und einer Zeile wird als **Zelle** bezeichnet. Somit hat jeder Inhalt seine eigene Adresse (z. B. A1). Werden mehrere Zellen zugleich ausgewählt, so wird dieser **Bereich** mit einem Doppelpunkt (A5:B7) gekennzeichnet.

In der Datei „Umsatz.xlsx“ befindet sich in der Zelle B4 der Wert **März**, der Bereich B2:C13 enthält die einzelnen Monate sowie die geschätzten Stück.

1.3.01: Aufbau eines Tabellenblatts

Die Tabelle „Umsatz.xlsx“ enthält die geschätzte Anzahl der abgesetzten Stück der Gebindegröße H2Ö 0,5 l Wasser der H2Ö GmbH für das nächste Jahr. Welche Angaben befinden sich wo?

- In welcher Zeile befinden sich die Überschriften?
- In welcher Spalte befinden sich die Monate?
- In welcher Zeile steht der Monat Juli?
- Wo sind die geschätzten Umsatzerlöse der Monate Februar bis November?

Lösung:

- Überschriften: Zeile 1
- Monate: Spalte B
- Juli: Zeile 7
- Umsatzerlöse: Bereich E3:E12

	A	B	C	D	E
1	Produkt	Monat	geschätzte Stück	Preis	Umsatz
2	H2Ö 0,5 l Wasser	Januar	10000	€ 0,10	€ 1.000,00
3	H2Ö 0,5 l Wasser	Februar	10000	€ 0,10	€ 1.000,00
4	H2Ö 0,5 l Wasser	März	20000	€ 0,10	€ 2.000,00
5	H2Ö 0,5 l Wasser	April	30000	€ 0,10	€ 3.000,00
6	H2Ö 0,5 l Wasser	Mai	34000	€ 0,10	€ 3.400,00
7	H2Ö 0,5 l Wasser	Juni	40000	€ 0,10	€ 4.000,00
8	H2Ö 0,5 l Wasser	Juli	45000	€ 0,10	€ 4.500,00
9	H2Ö 0,5 l Wasser	August	70000	€ 0,10	€ 7.000,00
10	H2Ö 0,5 l Wasser	September	80000	€ 0,10	€ 8.000,00
11	H2Ö 0,5 l Wasser	Oktober	25000	€ 0,10	€ 2.500,00
12	H2Ö 0,5 l Wasser	November	20000	€ 0,10	€ 2.000,00
13	H2Ö 0,5 l Wasser	Dezember	20000	€ 0,10	€ 2.000,00
14			400000	€ 0,10	€ 40.000,00

Umsatz.xlsx

Die Multifunktionsleiste

Sie setzt sich standardmäßig aus sieben Registerkarten zusammen (**Start**, **Einfügen**, **Seitenlayout**, **Formeln**, **Daten**, **Überprüfen** und **Ansicht**). In den Registerkarten gibt es Gruppen, die die Befehle enthalten. Neu an dem Design ist die automatische Anpassung an die Fenstergröße – verkleinert man das Fenster bzw. die Bildschirmauflösung, so werden auch die Gruppen kompakter, bis die Multifunktionsleiste verschwindet. Um den ganzen Bildschirm beim Arbeiten zu nutzen, kann die Multifunktionsleiste mithilfe der Symbolleiste für Schnelzugriffe ausgeblendet werden.

Anpassen des Arbeitsbereichs:
Die Schnelzugriffssymbole können individuell verändert werden (**Drucken**, **Öffnen**, **Seitenansicht**, ...).

3 Microsoft Excel 2007

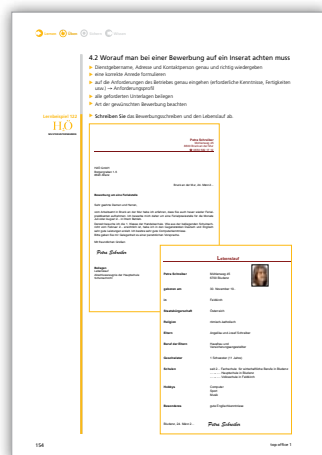
73

Wirtschaftsinformatik HAK I (Baier/Reikerstorfer)
Wirtschaftsinformatik HAK II (Baier/Reikerstorfer)
Wirtschaftsinformatik HAK III (Baier/Reikerstorfer)
Wirtschaftsinformatik HAS 1 (Baier/Reikerstorfer)
Wirtschaftsinformatik HAS 2 (Baier/Reikerstorfer)
Wirtschaftsinformatik HAS 3 (Baier/Reikerstorfer)



Informations- und Office-Management

Die Schüler/innen bearbeiten als „virtuelle Mitarbeiter/innen“ der H2Ö GmbH Aufgabenstellungen im Bereich der Büroorganisation und der Gestaltung von Dokumenten. Im folgenden Beispiel geht es um eine Bewerbung für eine von der H2Ö GmbH ausgeschriebene Ferialstelle.



Im Schülerbuch behandeln
Lernbeispiele im Schritt
LERNEN Aufgabenstellungen
im Zusammenhang mit der
H2Ö GmbH.



Für die Lehrer/innen
stehen in der SbX-Lehrer-
version (online und auf
CD) die Lösungen zur
Verfügung.



top office Band 1
top office Band 2
top office Band 3
EDV- und Office-Basics 1
EDV- und Office-Basics 2



Der Einsatz im Unterricht

Die H2Ö GmbH und das St. Galler Management-Modell – ein Unterrichtsbeispiel zum Downloaden



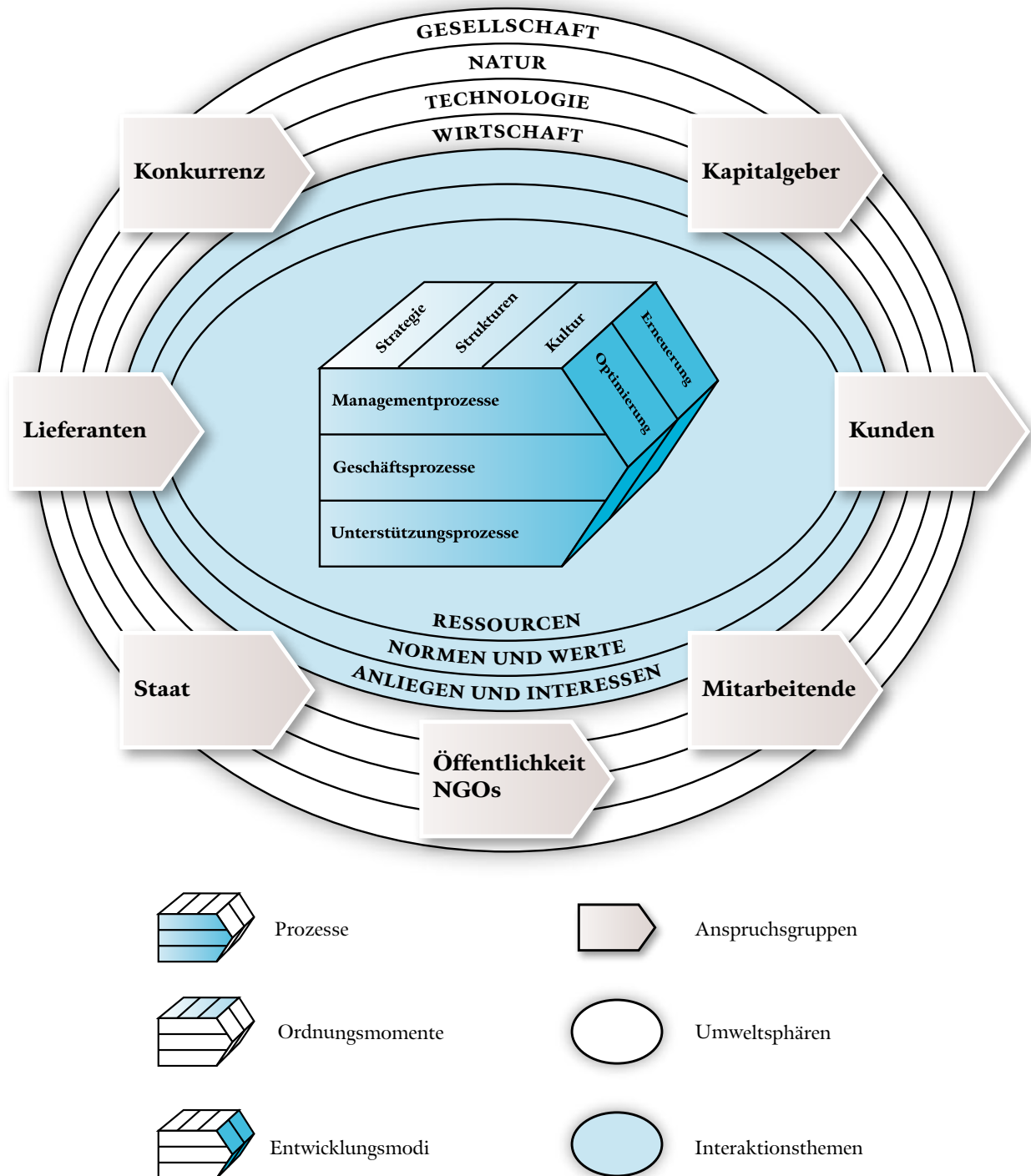
Auf dem Weg zum St. Galler Management-Modell mit H2Ö

Bei der Gründung der H2Ö GmbH wurde der Anspruch erhoben, mit dem Unternehmen Gewinne zu erzielen und dabei eine sozial und ökologisch orientierte Wirtschaftsethik zu beachten. Diese Grundsatzentscheidung der beiden Unternehmensgründer Lea Schreiner und Lucas Turek macht die H2Ö GmbH erfolgreich. Um diesen Erfolg zu erhalten und auszubauen, müssen die beiden das Unternehmen lenken, gestalten und entwickeln. Das ist eine große Herausforderung.

„Das neue St. Galler Management-Modell stellt eine nützliche Landkarte zur Orientierung dar, die es erlaubt, wichtige Managementbegriffe in ihrem Gesamtzusammenhang zu verstehen. Es wird ein solides Grundverständnis vermittelt, das bei der weiteren Vertiefung in betriebswirtschaftliche Fragestellungen gute Dienste leistet.“

Quelle: Rügg-Sturm, Johannes: Das neue St. Galler Management-Modell. Grundkategorien einer integrierten Managementlehr. Der HSG-Ansatz. 2., durchges. Auflage. Bern – Stuttgart – Wien. Haupt 2003

Das St. Galler Management-Modell



Quelle: Rigg-Sturm, Johannes: Das neue St. Galler Management-Modell. Grundkategorien einer integrierten Managementlehr. Der HSG-Ansatz. 2., durchges. Auflage. Bern – Stuttgart – Wien. Haupt 2003.

Impressum

**Medieninhaber (Verleger) und Herausgeber:**

Manz Verlag Schulbuch GmbH
1020 Wien, Leopold-Moses-Gasse 4/1
FN 124171 f

Geschäftsführung:

Mag. Andreas Stein

Redaktionsteam:

Mag. Thomas Rott, Dr. Peter Jürgens, MMag. Martina Schaffer, Mag. Verena Fetti, Mag. Alexander Edelhofer, Dr. Andreas Huger, DI Sandra Dietrich

Wissenschaftliche Mitarbeit:

Dr. Elisabeth Riebenbauer (Wipäd-Institut Univ. Graz),
Mag. Dr. Gerhard Geissler, MSc. (Wipäd-Institut WU Wien)

Chefredaktion:

Mag. Waltraud Moritz

Beispiele aus Schülerbüchern:

Mag. Klaus-Peter Haberl, Mag. Elisabeth Gálffy,
Mag. Rainer Baier, Mag. Martin Bauer, MSc,
Helga Geyrecker, Maria Planckh

Internet:

Besuchen Sie die H2Ö-Website:

<http://www.h2oe.at>

Manz Verlag Schulbuch

<http://www.wissenistmanz.at>

Kontakt:

Wir freuen uns über Ihre Nachricht! Feedback und inhaltliche Beiträge zum neuen virtuellen Musterunternehmen H2Ö senden Sie bitte per E-Mail an:

waltraud.moritz@wissenistmanz.at

ACHTUNG WICHTIGER HINWEIS

Die Firma H2Ö GmbH ist ein rein virtuelles Musterunternehmen für Schülerinnen und Schüler der österreichischen berufsbildenden Schulen und existiert nicht in der Realität.

H2Ö bietet fächerübergreifend für die Gegenstände Rechnungswesen und Controlling, Betriebswirtschaft/ Betriebs- und Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik, Informations- und Officemanagement sowie Angewandte Informatik realitätsnahe Praxisbeispiele, wie sie tagtäglich in der realen Wirtschaft vorkommen.

„Nichts ist
so erschreckend,
wie nicht wissen
und doch handeln.“

J. W. von Goethe

