



© Green Care

**Staatspreis, Sieg in der Sonderkategorie „Sustainability“** „Wir für green-care“ konnte (mit DDB Wien und ppmnext) punkto Nachhaltigkeit überzeugen.

zusammen. Man bekenne sich damit – sichtbar und erlebbar – zum Wirtschaftsstandort und unterstreiche damit auch den hohen Stellenwert, den diese Community für die eigene Marke hat: „Gleichzeitig wird damit das Bewusstsein gesteigert, wie viel man für die Entwicklung der Region leistet. Ein erfolgreiches Beispiel, wie man sich durch gutes Marketing bei Fans, Kunden und Bevölkerung als ‚regional‘ positioniert.“

#### Sustainability-Gewinner

Der gemeinnützige Verein „Wir für greencare“ versteht sich als Organisation zur langfristig angelegten Förderung und Bekanntmachung von Green Care

sowie zur Förderung der öffentlichen Diskussion über nachhaltige soziale Landwirtschaft in Österreich. „Green Care – Wo Menschen aufblühen“ ist ein Konzept, das Bauernhöfen durch die Übernahme von sozialen Leistungen für die Gesellschaft ein zweites Standbein zur wirtschaftlichen Absicherung des Hofes ermöglicht.

In Kooperation mit Sozialträgern und Gemeinden entstehen somit etwa Kindergärten, Arbeitsplätze für Menschen mit Beeinträchtigung, tiergestützte Therapieangebote, Senioren-WGs oder gesundheitsfördernde Projekte. Die teilnehmenden Bauernhöfe unterziehen sich einer strengen Zertifizierung, das

Projekt unterliegt der strengen Kontrolle des Landwirtschaftsministeriums, der Landwirtschaftskammern und der EU-Förderstellen.

Wenn das Budget knapp ist, sind kreative Konzepte mit einer durchdachten Strategie unerlässlich. Aus Jury-Sicht hat die Kampagne genau das, und zwar ohne jegliches Marketingbudget, erfolgreich umgesetzt. Das Projekt zielt darauf ab, Bauernhöfen durch soziale Leistungen ein zweites Standbein zu ermöglichen und dadurch sowohl Wertschöpfung in den Regionen als auch Integration zu fördern.

#### Zusammenspiel überzeugt

Besonders beeindruckt hat die Jury die äußerst kreative und integrierte Umsetzung der Kampagne: „Durch den strategischen Einsatz von Multiplikatoren wurden Menschen, Unternehmen und Institutionen erfolgreich zur Bereitstellung von Fördergeldern und Spenden mobilisiert. Das stimmige Zusammenspiel verschiedenster Maßnahmen – wie Events, Pressearbeit und digitale Kommunikation – führte zu einer ganzheitlichen Kommunikation, die mit Herzblut und Verstand gestaltet wurde. Diese Faktoren haben letztendlich zum Erfolg des Projekts beigetragen.“

## Weitere Finalisten

### Sustainability



© Rewe Großhandel



© Leopold Museum/Andreas Jakwerth

- **Adeg**  
Adeg Bönussackerl  
(Wien Nord Serviceplan)

- **Leopold Museum**  
A Few Degrees More  
(Wien Nord Serviceplan)

”

*Ein erfolgreiches Beispiel, wie man sich ‚regional‘ positioniert.*

**Jury-Begründung**

“

## EINFLUSS VON KI

### Was heißt das für die Beratung?

WIEN. Die EU hat kürzlich das weltweit erste Gesetz bzw. Regelwerk für die Nutzung von Künstlicher Intelligenz (AI Act) beschlossen. Denn: KI ist überall und hat auch das Potenzial, die Beratungsbranche tiefgreifend zu verändern. Diese Punkte schildert Alfred Harl, Obmann des Fachverbands Unternehmensberatung, Buchhaltung und IT:

- **Effizientere Datenanalyse und -interpretation:** KI kann riesige Datenmengen effizient analysieren, Muster erkennen und präzise Vorhersagen erstellen.
- **Automatisierung repetitiver Aufgaben** wie Datenverarbeitung oder Berichterstellung.
- **Personalisierung und Kundenservice** wird durch KI-basierte individuelle Lösungen optimiert.
- **Neue Geschäftsmodelle** wie z.B. Predictive Analytics entstehen.
- **Proaktives Risikomanagement** ist möglich durch KI, indem sie historische Daten und aktuelle Trends analysiert.

Insgesamt transformiert KI die Beratungsbranche, indem sie Beratern ermöglicht, datengetriebener, effizienter und kundenorientierter zu arbeiten. Dies führt zu besseren Ergebnissen für die Kund:innen und schafft neue Chancen für Innovation und Wachstum in der Branche.



© LIBIT/Caro Strasnik

Alfred Harl, Obmann des Fachverbands Unternehmensberatung, Buchhaltung und IT.