

**Ökoring**

Der Beratergroßhandel  
Die Bio-Gastro-Pioniere



# Gemeinwohloökonomie Bericht 2019

„Das oberste Ziel des  
Wirtschaftens ist das Wohl  
von Mensch und Umwelt.“

## Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Ökoring Handels GmbH
Eigentums- und Rechtsform:	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Website:	<a href="http://www.oekoring.com">www.oekoring.com</a>
Branche:	Naturkostgroßhandel
Firmensitz:	Mammendorf
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	150
Vollzeitäquivalente:	ca. 126
Saison- oder Zeitarbeitende:	- - -
Umsatz:	69 Mio
Jahresüberschuss:	liegt für 2017/18 noch nicht vor
Tochtergesellschaften/verbundene Unternehmen:	- - -
Berichtszeitraum:	2017/2018

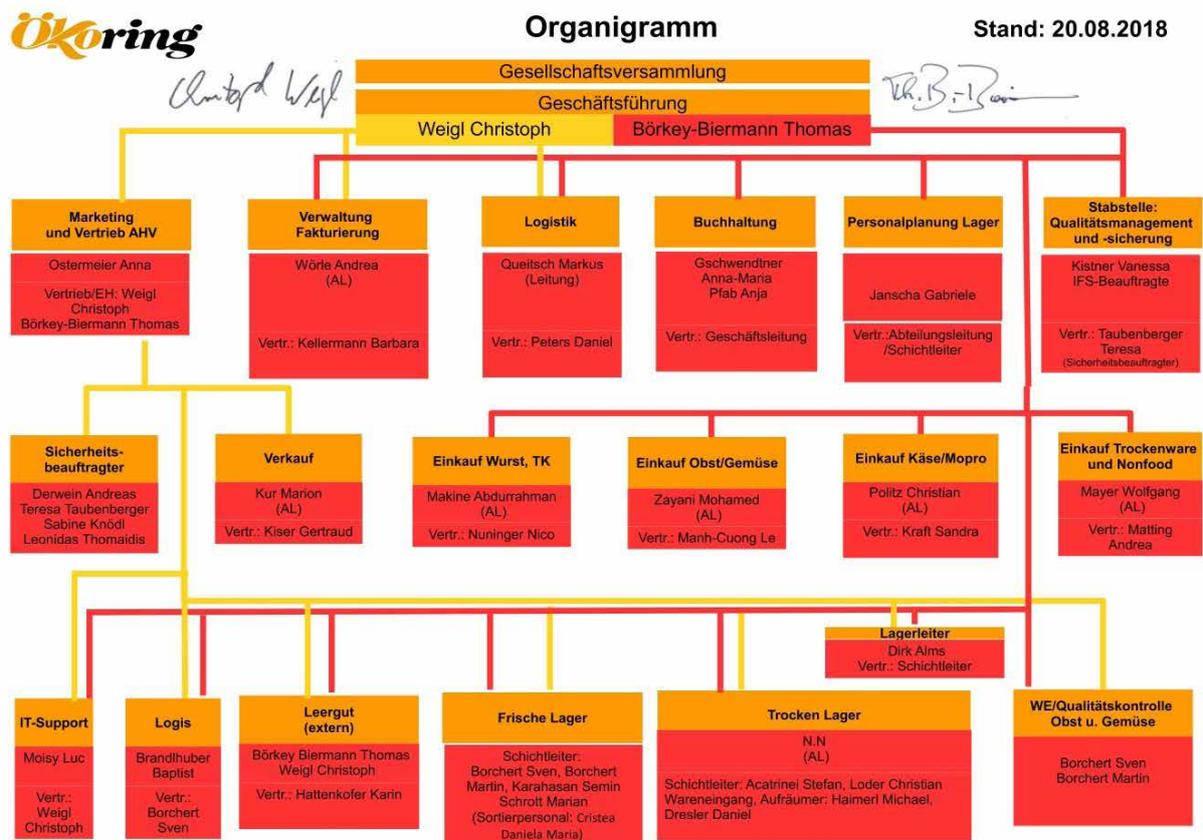
**(Zur besseren Lesbarkeit haben wir im Bericht nur die männliche Sprachform gewählt)**



## Kurzpräsentation

Die Ökoring Handels GmbH ist als regionaler Naturkostgroßhandel im Großraum München ein Glied in der Wertschöpfungskette des Handels von ökologisch erzeugten Lebensmitteln. Hierbei fungieren wir als Handelspartner zwischen Erzeugern/Herstellern und Einzelhandel/Großverbraucher/Gastronomie.

Im folgenden Organigramm ist die Firmenstruktur dargestellt:



Unser Liefergebiet umfasst primär Bayern und reicht über die Landesgrenzen nach Österreich (Salzburger Land und Tirol) und auch bis nach Italien (Südtirol).

Unsere Kunden umfassen zum einen Naturkostfachgeschäfte, Hofläden, regionale Lebensmittel-Verarbeiter, wie beispielsweise Biobäcker und Biometzger, Lieferdienste (sog. Abo-Kisten-Betriebe), aber auch alle Formen der Außerhausverpflegung wie Gastronomie, Hotellerie, Kantinen, Caterer, Schulen und Kindergärten, sowie weitere soziale Einrichtungen.

## Produkte/ Dienstleistungen

Wir führen als Vollsortimenter momentan circa 10.000 verschiedene Produkte aus den Bereichen Obst und Gemüse, Molkereiprodukte, Wurst- und Fleischwaren, Getränke, Tiefkühlwaren, Trockenprodukte, Naturkosmetik, sowie Hygiene- und Haushaltsartikel aus ökologischer Erzeugung. Bei der Herkunft unserer Produkte ist uns die Regionalität sehr wichtig, das heißt alles, was aus der Region bezogen werden kann, wird auch nach Möglichkeit regional beschafft.

Bei Importen achten wir möglichst auf direkten Bezug von Erzeugern oder deren Kooperativen, um die Herkunft unserer Produkte und die Art der Erzeugung auch hier nachvollziehen zu können. Stichwort: Bio mit Gesicht.

Unser Umsatz setzt sich zu 100 Prozent aus dem reinen Handel von Bioprodukten zusammen.

Die Ökoring Handels GmbH unterstützt seine Kunden als Beratergroßhandel darüber hinaus mit Dienstleistungen und Know-how beispielsweise bei Beratung in Bezug auf Sortiments- und Ladengestaltung, sowie Umstellung auf Bio-Lebensmittel, wobei stets die Eigenständigkeit der Kunden gewahrt wird und weder Sortimente, noch Marketingpakete verpflichtend sind.



## Ökoring und Gemeinwohl

Unser Firmenleitspruch „**Eine Verbindung, in der jeder zählt**“ wird bei uns täglich gelebt. Der enge Kontakt und der respektvolle, partnerschaftliche Umgang zu sowohl unseren Lieferanten als auch zu unseren Kunden hat höchste Priorität im Tagesgeschäft.

Wir fühlen uns als Glied in der regionalen Lebensmittel-Wertschöpfungskette in hohem Maß verantwortlich für unsere Natur und Gesellschaft und versuchen diese aktiv im Sinne der Nachhaltigkeit mitzugestalten. Das heißt für uns im Detail die Förderung der Regionalität und damit die Sicherung und den Erhalt von regionalen Arbeitsplätzen und Kulturlandschaften, sowie die Bewahrung handwerklicher Tradition und bäuerlicher Strukturen.

Dazu sind wir seit Firmengründung mit verschiedensten Projekten, sowie Aufklärungs- und Bildungsarbeit tätig, wie im folgenden Bericht dargestellt. Der Ansatz der Gemeinwohlökonomie zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleitungen von Unternehmen dient uns in hohem Maß als roter Faden für unsere betriebliche Weiterentwicklung.

Bereits 2013 und 2015 erstellte die Ökoring Handels GmbH zusammen mit weiteren bayerischen Pionierunternehmen die Gemeinwohlbilanz und wurde zweimalig extern auditiert. Seit Gründung des Gemeinwohl-Ökonomie Bayern e.V. 2015 sind wir dortiges Mitglied.

Kontaktpersonen für die Gemeinwohlökonomie im Unternehmen sind:

**Christoph Weigl** (Geschäftsführung)  
c.weigl@oekoring.com

**Thomas Börkey-Biermann** (Geschäftsführung)  
t.biermann@oekoring.com

**Sonja Denk** (Verkauf)  
s.denk@oekoring.com

**Angelika Börkey** (Marketing)  
a.boerkey@oekoring.com

**Vanessa Kistner** (Qualitätsmanagement)  
v.kistner@oekoring.com

# Testat



**GEMEINWOHL  
ÖKONOMIE** Ein Wirtschaftsmodell  
mit Zukunft.

Bilanzierendes  
Unternehmen  
mit externem Audit

Testat: **Externes Audit** **Gemeinwohl-Bilanz** für: **Ökoring Handels GmbH**

**M5.0  
Vollbilanz**

**2017/2018**

Auditor\*In:  
**Roland Wiedemeyer**

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

Testat gültig bis:  
**31. Juli 2021**

**BILANZSUMME:  
499**

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. TestatID: m32mg  
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

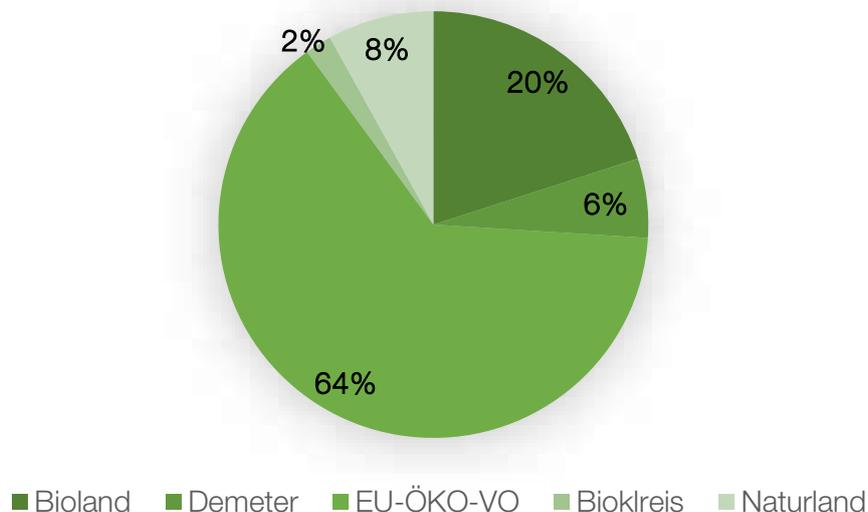
## A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

### A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in den Zulieferkette

Als Bio-Großhandel mit Vollsortiment bieten wir unseren Kunden eine umfassende Produktpalette an verschiedenen Biomarken und auch Produkte direkt von Erzeugern aus ganz Europa an. Ebenso vertreiben wir ein kleines Eigenmarkensortiment (Cerealien, Zucker und weiter Trockensortiments-Produkte).

Unsere Produkte stammen aus ökologischer Erzeugung, wobei von uns stets verbandsgebundene Ware, beispielsweise aus Demeter-, Bioland- Biokreis- oder Naturland-Erzeugung gegenüber ökologischer Erzeugung nach der EU-Öko-Verordnung bevorzugt wird. Im Jahr 2017 lag der Anteil an Verbandsware zum Jahresumsatz bei 36 Prozent.

### Prozentualer Anteil an Verbandsware im Vergleich zum Jahresumsatz 2017



Die Mindestanforderung bei unseren Lieferanten ist der Bio-Status. Unsere Lieferanten müssen nach der EG-ÖKO-VO zertifiziert sein und auch entsprechende Verbandszertifikate nachweisen. Bei Produkten, die als „Fairtrade“ ausgelobt werden, ist ein Fairtrade-Zertifikat Pflicht.

Weitere Kriterien für eine Lieferantenlistung:

- Herausragende Produktqualität
- Ökologische Aspekte des Betriebes und deren Lebensmittel
- Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung in den Unternehmen oder in dessen Umfeld

„Bio“ bedeutet für uns nicht einfach nur Verzicht auf Pestizide und synthetische Düngung, sondern steht für uns auch für soziale Verantwortung, Förderung der Region, umfassenden Tier- und Naturschutz, sowie konsequenten Klimaschutz. In unserer Unternehmensphilosophie sind diese Aspekte fest verankert.

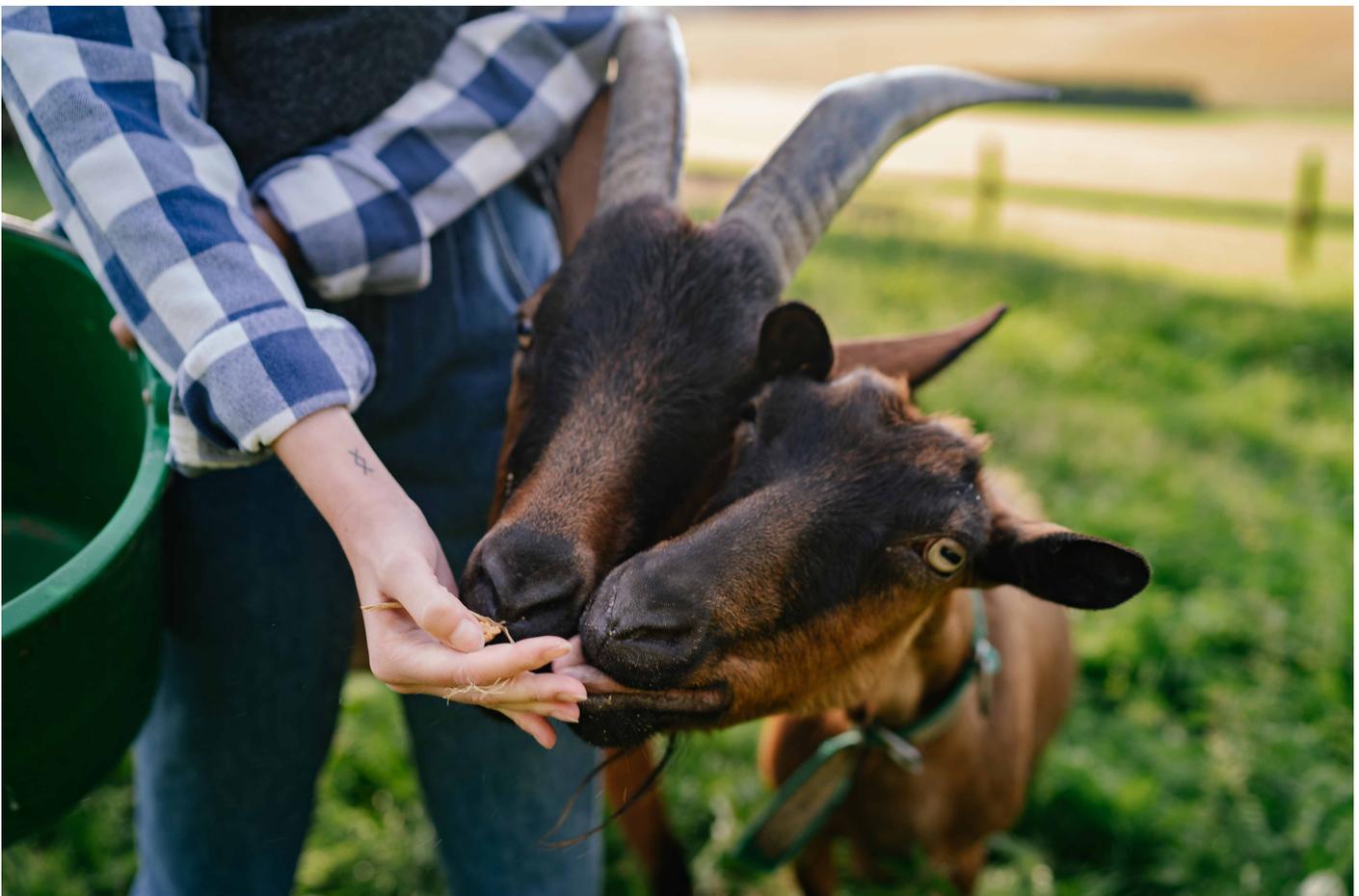
Beispiele:

Sicherung von Preisen, die den Arbeitsaufwand berücksichtigen, eine nachhaltige Produktion und menschenwürdige Arbeitsbedingungen gewährleisten.

Unterstützung des Handels mit Fair Trade Produkten.

Für uns ist der enge Kontakt mit unseren regionalen Lieferanten essentiell und beruht auf einer gegenseitigen Vertrauensbasis. Die Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte als höherwertige Alternativen zu den von der EG-ÖKO-VO geforderten Mindeststandards ist für unsere Profilierung als regionaler Naturkostgroßhändler von hoher Bedeutung.

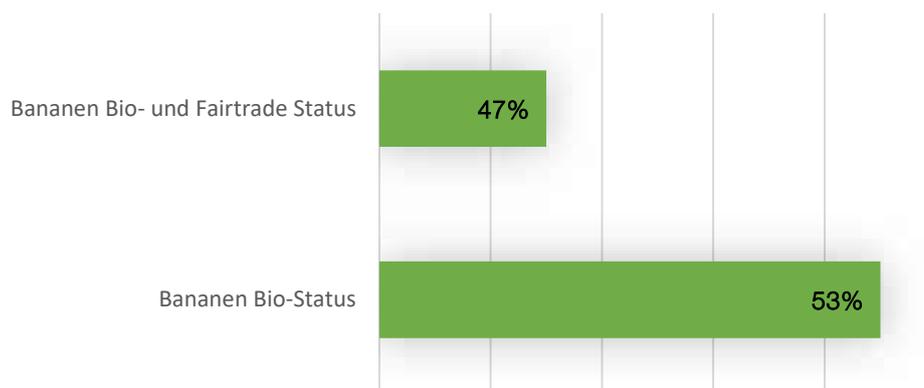
Wir arbeiten dabei mit insgesamt circa 300 großen Lieferanten zusammen. Produkte, welche aus der Region bezogen werden können, werden regional beschafft.



Bei Erzeugnissen aus Drittländern wie beispielsweise Bananen oder Ananas achten wir zudem auf faire Erzeugung und fairen Handel und unterstützen Projekte wie „Banafair“ oder „Kipepeo“. Es handelt sich hierbei um zwei deutsche Handelsunternehmen, welche nach den Grundsätzen des „Fairen Handels“ Kleinbauern und deren Kooperativen nach dem Motto „Hilfe durch Handel“ unterstützen. Die Bauern erhalten dabei existenzsichernde Einkommen und können ihre Selbstständigkeit bewahren. Beide Einrichtungen finanzieren durch den Projektaufschlag soziale und ökologische Projekte, die darauf abzielen, die soziale Situation der Produzentenfamilie zu verbessern.

Im Jahr 2017 wurden in der Firma 1.412.715,36 kg Bananen verkauft. Dabei lag der Anteil an Bananen mit Fairtrade-Status bei 47 Prozent. Da der Bio-Bananenpreis im konventionellen Einzelhandel unschlagbar niedrig ist im Vergleich zu dem Bio-Einzelhandel (sog. „Kampfpreisstrategie“), wird ein weiterer Anstieg der Fairtrade-Bananen in den nächsten Jahren prognostiziert, um den Bio-Einzelhändlern eine Profilierungsmöglichkeit zu geben.

### Bananenabsatz 2017



Die Ökoring Handels GmbH unterstützt die Region mit dem Regional-Vermarktungskonzept „BioRegional“. BioRegional steht für „Gutes aus der Region für die Region“. Die Produkte stammen aus nachhaltiger, umweltschonender und artgerechter Landwirtschaft. Im Rahmen der IFS- Zertifizierung werden Lieferantenbewertungen durchgeführt und evaluiert. Die Bewertungen dienen zur Optimierung des Beschaffungsmanagements. Soziale Aspekte werden in dieser Bewertung aktuell nicht berücksichtigt. Bei einer Produktlistung aus einem Drittland werden soziale Aspekte beachtet jedoch gibt es diesbezüglich keine Einkaufsrichtlinien. Lieferantenverträge liegen nicht vor. Lieferantenabsprachen werden telefonisch oder per E-Mail durchgeführt. Bei Rohstoffknappheit, Ernteausfall, politische Aspekte oder einem neuen Lieferanten werden die Produkte besonders von der Qualitätsmanagement-Abteilung oder der Qualitätssicherung für Obst und Gemüse fokussiert. (Beispiel: Herkunft)

Künftig sollen Einkaufsrichtlinien mit dem Fokus auf soziale Aspekte ausgearbeitet werden, sowie die Lieferantenbewertung neu überarbeitet werden.

## Negative Aspekte A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Da sich die Ökoring Handels GmbH auf ökologische Produkte fokussiert hat und Wert auf soziale Verantwortung legt, gibt es in der Zulieferungskette keine besondere Gefährdung der Menschenwürde.

### A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

#### A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferanten

Eine faire und respektvolle Zusammenarbeit mit den Lieferanten ist uns sehr wichtig. Bei jährlichen Anbauabsprachen mit regionalen Obst- und Gemüselieferanten werden Mengen und Zeitpunkte der erforderlichen Warenlieferungen besprochen. Falls die Absprachen auf Grund von unvorhersehbaren Wetterbedingungen nicht eingehalten werden können, gibt es keinerlei Sanktionen. Die gezahlten Preise an die Lieferanten sind marktbestimmt und werden nicht im Voraus vertraglich festgesetzt.

Durch die enge und wertschätzende Zusammenarbeit mit den Lieferanten haben wir uns eine langjährige Lieferantenbindung aufgebaut. Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen mit unseren Lieferanten beträgt mindestens sechs Jahre.

Wir sichern unseren Lieferanten definierte Absatzmengen um ihnen eine zukunftsorientierte Sicherheit zu geben. Unsere Geschäftspartner sind sehr zufrieden mit der Zusammenarbeit, da wir kaum Einschränkungen bezüglich Lieferantenbedingungen haben. Wir zahlen marktgerecht und unterstützen kleine regionale Partner im Hinblick auf kleine Absatzmengen. Als Beratergroßhandel stehen wir unseren Lieferanten in jeglicher Hinsicht zur Seite. Darüber hinaus unterstützen wir auch Landwirte bei der Umstellung auf Ökologische Landwirtschaft, sowie bei der Existenzgründung.



## A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Der faire und solidarische Umgang mit unseren Partnern stellt eine wichtige Säule unserer Unternehmensphilosophie dar. Wir sichern Preise, die den Arbeitsaufwand berücksichtigen. Bei Produkten die aus Drittländern kommen achten wir bei der Einlistung auf eine „Fairtrade“ Zertifizierung. Das Zertifikat muss steht's aktuell sein.

Kann der Fairtrade-Status eines Produktes nicht mehr eingehalten werden, wird die Ware zur Auslieferung gesperrt und geht an den Lieferanten zurück. Entsprechende Konsequenzen werden gemeinsam mit dem Einkauf und der Qualitätsmanagement-Abteilung besprochen.

Im Online-Shop werden „Fairtrade“ Produkte in den Produktspezifikationen mit einem Fair-Trade-Logo abgebildet. Als Qualitätsmerkmal wird das Fairtrade-Siegel angegeben. Beispielsauszug aus der Datenplattform „ecoinform“:

**DOUBLENUT**  
*The Taste of Heimat*

**79%** ecoinform

<b>Marke:</b>	DasEis.
<b>Herkunft:</b>	
<b>Ursprungsländ. der Hauptzutaten:</b>	Diverse Länder
<b>Qualität / Kontrolle:</b>	100% bio, EWG 834/2007 Norm, EU Bio-Logo, EU Landwirtschaft / Nicht EU Landwirtschaft, Fairtrade Siegel
<b>DE-ÖKO-039   GfRS</b>	
<b>Inhalt:</b>	500 ml
<b>Zutaten:</b>	60% Haselnussdrink (Wasser, 3,3% HASELNUSS*, Agavendicksaft*, Meersalz), Agavendicksaft*, 13% ERDNUSS*, 2,7% HASELNUSS*, Salz, Verdickungsmittel: Johannisbrotkernmehl*   * aus kontrolliert biologischem Anbau enthält folgende allergene Zutaten: Erdnuss, Schalenfrüchte Diese Zutatenliste entspricht einer Volldklärung im Sinne der Richtlinien des Bundesverbandes Naturkost & Naturwaren. Dieses Produkt ist nicht aromatisiert. (BNH-Klassifizierung: 0)
<b>Sonstige Hinweise:</b>	Becher kompostierbar

Stand der Daten: 13.03.2018

Die genaue Anzahl an Fairtrade-Produkten kann aktuell nicht definiert werden. Jedoch ist die Anzahl an Trockenprodukten mit einem Fairtrade-Siegel am Größten, da oftmals die Rohstoffe aus Drittländern stammen.

Beispiele: Mexico Kaffee, Basmatireis, Fruchtriegel Maracuja, Trockenobst

Um die Überprüfung des Fairtrade-Status zu erleichtern, ist eine Integration der Gültigkeit des Zertifikates in unserem Warenwirtschaftssystem B85 geplant. Bei Ablauf des Zertifikats wird automatisch die QM-Abteilung informiert und kann somit rechtzeitig reagieren. Hierdurch lässt sich ebenso die Anzahl an Fairtrade-Produkten exakt darstellen. In den Jahresgesprächen mit den Lieferanten wird in Zukunft der aktuelle Stand des fairen Handels bewusst angesprochen. Hierzu wird ein Formular für Lieferantengespräche erstellt.

## Negative Aspekte A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferanten

Wir fördern regionale Wirtschaftskreisläufe und übernehmen Verantwortung für die Gesellschaft. Es liegt keine Marktmacht bezüglich Lieferanten zu Grunde. Der deutsche Markt von Biogroßhändlern ist divers und es herrscht Wettbewerb.

## A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zuliefererkette

### A3.1 Umweltauswirkungen in der Zuliefererkette

Neben ökonomischen Gesichtspunkten steht bei der Warenbeschaffung die Ökologie klar im Vordergrund.

Wir achten auf kurze Transportwege und bevorzugen regionale Produkte. Durch die Initiative „BioRegional“ werden regionale Produkte aktiv unterstützt.

Der Einkauf achtet bei der Beschaffung auf ökologisch verträgliche Optionen. Beispielsweise wird der Bezug von Flug- oder Schiffsware reduziert, sowie wiederverwendbare Transportverpackungen bevorzugt.

Einflussnahme von Großhandelsseite auf die Verpackungsart der Handelswaren kann nur wenig erfolgen. Allerdings besteht mit den regionalen Obst- und Gemüselieferantendie Vereinbarung, alle gelieferten Produkte in wiederverwendbaren Ifco- bzw. Napf-kisten zu liefern. Die zertifizierte Naturkosmetik wird in einem eigens von uns entwickeltem System über kleine verschließbare und wiederverwendbare Kunststoffboxen ausgeliefert, um die Ware unbeschädigt beim Kunden ausliefern zu können. Kundenbestellungen werden auf Rollwagen kommissioniert.

Um die Ware von Umwelteinflüssen beim Verladen und Transport zu schützen, werden die Rollwagen mit Folie umwickelt. Getränke werden mit Spanngummis versehen. Beim Transport von Tiefkühlprodukten werden Kühlakkus und Trockeneis verwendet.

Der Kreislauf der Warenströme im Großhandel schließt sich mit der Leergutrückführung. Die Leergutlogistik befindet sich direkt auf der gegenüberliegenden Straßenseite in einer getrennten Halle. Es wird mit einer modernen Leergutsortieranlage gearbeitet, bei der die sortierten Träger direkt wieder auf Paletten physiologisch schonend (meist ohne Bücken) für die Mitarbeiter gestapelt werden und zur Abholung für die Hersteller und Lieferanten bereitgestellt werden.

Darüber hinaus wird Pappe und Papier, Holz, sowie Folie getrennt in Containern gesammelt und ebenfalls zur Wiederverwertung abgeholt. Zudem ist beim Obst- und Gemüsewareneingang ein Container für Bioabfälle durch Warenaussortierung vorhanden.

Der genutzte Strom der Firma wird zu 100 Prozent aus Wasserkraft bezogen. Mit Hilfe eines Pumpensystems wird dem Grundwasser Kälte entzogen, mit welcher die Kühlungen im Lagerbereich gespeist werden. Die dabei entstehende Restwärme wird zur Heizung der kompletten Leerguthalle auf der gegenüberliegenden Straßenseite, sowie teilweise zur Heizung der Büroräume genutzt.

Frischwaren werden über eine nachhaltige Kühltechnik entsprechend den jeweiligen Erfordernissen an die optimale Raumtemperatur für das Erreichen von hohen Qualitätsstandards gekühlt. Die Kühlung erfolgt über eine Verbundanlage mit Grundwasserpumpen, welche dem Grundwasser Kälte entziehen. Die entstehende Abwärme wird, wie erwähnt, für die Heizung von Leergut und Büroräumen genutzt. Bei der Transportlogistik ist eine „Paarigkeit“ allein durch die notwendige Rollcontainer- und Leergutrückführung von den Kunden gegeben. Die Ausliefer Touren werden darüber hinaus, wenn möglich, mit Warenabholungen bei Lieferanten gekoppelt.

Um den Einsatz von Plastikfolie intern weiter zu reduzieren, werden neue Rollwagen beschafft. Durch die neuen Rollwägen ist keine Umwicklung mehr notwendig, um den Müll zu sammeln.



Durch diese neu entwickelten Rollwagen, kann eine Ladungssicherung beim Transport ohne Umwicklung der Rollwagen mit Folie gewährleistet werden.

Die Büros wurden komplett mit Vollholzmöbeln und nachhaltigen Materialien ausgestattet. Im Büro wird, wo technisch möglich, Recyclingpapier der Firma memo verwendet. Werbemedien werden auf Papier im FSC-Standard und mit CO<sub>2</sub>-reduzierter-Druckqualität durch Verzicht auf Alkohol gedruckt.

Zum Großteil werden für die Reinigung der Büro- und Lagerräume ökologische Reinigungsmittel verwendet.

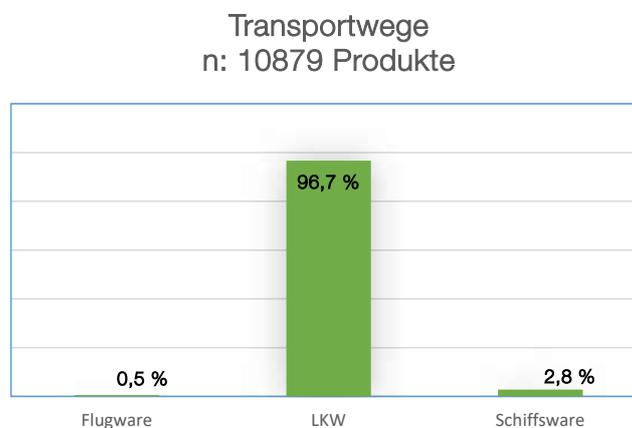
Da wir uns auf Bio-Produkte spezialisiert haben, vertreiben wir zu 100 Prozent hochwertige Artikel. Unsere Geschäftspartner tragen einen großen Teil zur Reduktion von ökologischen Auswirkungen bei.

## Negative Aspekte A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkung in der Zulieferkette

Als Vollsortimenter versuchen wir, auf alle Kundenwünsche einzugehen. Da unsere Kunden ganzjährig ein breites und exotisches Obst und Gemüse Sortiment erwarten, wird ein kleiner Teil über Europa verschifft oder kommt als Flug-Ware an.

Beispiele: Ananas, Papaya, Bananen, Trauben, Litschi, Mango

Da der Anteil im Vergleich zu unserer Produktvielfalt jedoch sehr gering ist, liegt keine hohe unverhältnismäßige Umweltauswirkung in der Zulieferungskette vor (3,3 Prozent).



## A4 Transparenz und Miteentscheidung in der Zulieferkette

### A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferanten

Die Ökoring Handels GmbH pflegt einen engen Kontakt mit seinen Lieferanten.

Hierbei ist der Informationsaustausch zwischen den Außendienstmitarbeitern der Lieferanten und den Ökoring Außendienstmitarbeitern besonders wichtig. Es werden Kundenwünsche besprochen und Neulistungen gemeinsam bewertet.

Unsere Einkäufer unterstützen Neuprodukte oder schlecht laufende Produkte durch Aktionen. Um die Kundenzufriedenheit zu fördern sind die Einkäufer gerne bereit, ein Vollsortiment von einem Lieferanten anzubieten. Dies wird durch die Möglichkeit des Erwerbs sogenannter Vorbestellartikel gewährleistet. Hierbei handelt es sich um einzelne Produkte von Lieferanten, die eigentlich bei der Ökoring Handels GmbH auf Grund von Kapazitätsgrenzen im Lager nicht gelistet sind, aber von den Kunden trotzdem mit einem gewissen zeitlichen Vorlauf bestellt werden können. Dies ist ein sehr aufwendiger Prozess, der allerdings als Serviceleistung angeboten wird. Das steigert den Bekanntheitsgrad eines Lieferanten und somit den Umsatz der Firma.

## A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Da wir uns auf die Bio-Branche spezialisiert haben, liegt Transparenz und ein partizipativer Umgang unserem unternehmerischen Handeln zu Grunde.

Wir legen Wert auf eine enge Beziehung mit unseren Lieferanten, die wir mit Bedacht auswählen. Kleine Unternehmensstrukturen fördern wir durch eine transparente Vermarktungsstrategie. Unser Handeln ist geprägt durch Fairness gegenüber den Erzeugern, Förderung der Regionalität, Fokus auf Verbandsware, Teamarbeit, Solidarität und gegenseitiger Respekt. Wir verfolgen ein ganzheitliches Nachhaltigkeitskonzept in unserer gesamten Wertschöpfungskette.



**Regionalität**  
Förderung der Regionalität, Bio-Regional-Konzept  
Erhalt und Schaffung neuer Arbeitsplätze in der Region  
Unterstützung handwerklicher Tradition

**Hohe Produktqualität**  
Fokus auf Verbandsware: Bio Land, Demeter, Naturland, Bio-Info  
Förderung von Produkten aus handwerklicher Tradition  
Teilnahme am risikoorientierten BSW Monitoring für Obst und Gemüse

**Wertschätzung der Mitarbeiter**  
Teamarbeit, Solidarität und gegenseitiger Respekt  
Bsp. Nachhaltigkeitswettbewerb

**Nachhaltigkeit/ Umweltschutz**  
Autarkie durch Ökostrom aus Wasser, Kraft und eigene Photovoltaikanlage  
Gesellschaftliche Landwirtschaft  
Umweltverantwortliches Handeln durch Fokus auf regionale Waren

Für uns steht daher das Bio-Logo als Label für einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten. Hier kommen ebenso alle weiteren Gütesiegel dazu, die den Fokus auf Nachhaltigkeit legen.

Weitere Gütesiegel bei der Firma Ökoring Handels GmbH:

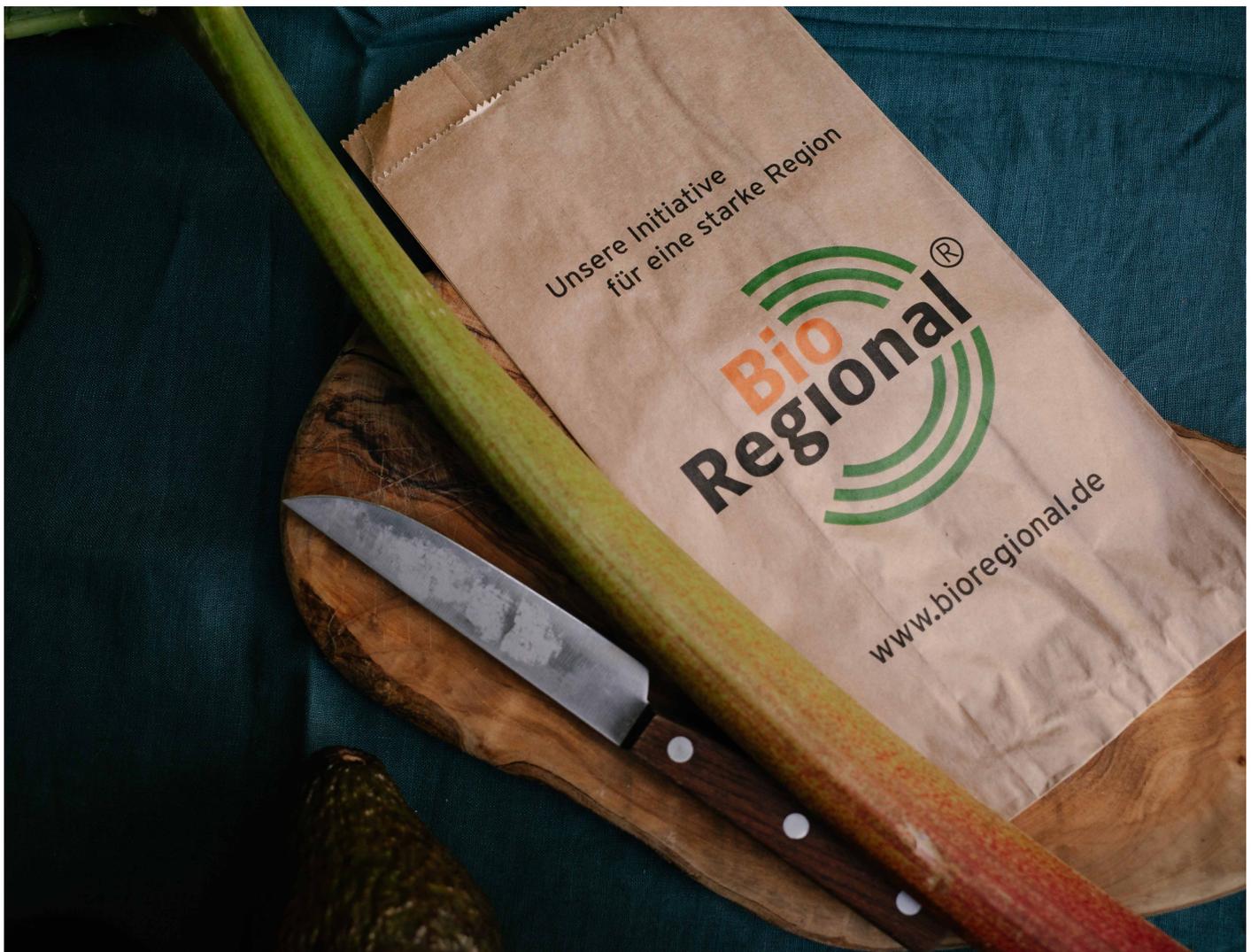


Ca. 90 Prozent aller Produkte tragen ein Label welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt



Durch unsere Initiative „BioRegional“ werden Lieferanten ausgewählt mit denen wir gezielt einen noch transparenteren und partizipativeren Umgang pflegen. Hierdurch übernehmen wir Verantwortung und unterstützen eine Vielzahl von Werten, die für eine ökologische und nachhaltige Zukunft stehen.

- ca. 10 % unserer Lieferanten beliefern uns mit BioRegional-Ware
- ca. 1.000 Produkte tragen das BioRegional-Logo



## B1 Ethische Haltung im Umgang nicht Geldmitteln

### B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Die Eigenkapitalquote der Ökoring Handels GmbH lag 2017 bei 18,3 Prozent und der Anlagendeckungsgrad bei 87,0 Prozent. Die Kapitalumschlagshäufigkeit liegt bei 6,0 und die Lagerumschlagshäufigkeit bei 26,5.

Nach dem Statistikportal beträgt die durchschnittliche Eigenkapitalquote für mittelständische, deutsche Unternehmen mit über 50 Mitarbeitern bei 33 Prozent. (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/150148/umfrage/durchschnittliche-eigenkapitalquote-im-deutschen-mittelstand/>). Genauere Daten für Mitbewerber aus der direkten Branche liegen leider nicht vor.

Eine weitere Steigerung der Eigenkapitalquote und somit eine Reduzierung des Finanzrisikos ist mit Sicherheit für mittelständische Unternehmen und somit auch für die Ökoring Handels GmbH ein erstrebenswertes Ziel.

### B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Von der Ökoring Handels GmbH können von Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern so genannte Genussrechte erworben werden. Die Beteiligten stellen dem Ökoring liquide Geldmittel für Investitionen zur Verfügung und erhalten dafür anteilig eine Gewinnausschüttung. Mindestens müssen dabei 600 Euro eingelegt werden, wobei davon 300 Euro von Seiten Ökoring übernommen werden. Man erhält auf die Einlage mindestens eine Verzinsung von drei Prozent und wenn im Unternehmen Gewinn gemacht wird, eine Verzinsung von sechs Prozent. Nach jeweils sieben Jahren Laufzeit ist eine Kündigung möglich. Diese Beteiligungsform trägt darüber hinaus zu einem stärkeren gemeinschaftlichen Zugehörigkeitsgefühl und zu einer stärkeren Wahrnehmung seines eigenen Beitrags zum unternehmerischen Erfolg bei. 2017 wurden Genussrechte in Höhe von 640.000 Euro und davon 15.000 Euro an Mitarbeiter ausgegeben.

In diesem Zusammenhang arbeiten wir auch mit der GLS-Bank zusammen. Hierbei handelt es sich um einen ethischen Finanzdienstleister, welcher überwiegend in soziale und ökologische Projekte investiert.

Der Fremdkapitalanteil 2017 lag bei 81,7 Prozent. Das finanzielle Risiko des Unternehmens unterscheidet zum einen das Zins- und zum anderen das Marktrisiko. Das Zinsrisiko ist relativ genau abzuschätzen, da die Qualität der Finanzmarktdaten relativ hoch ist. Das Marktrisiko ist in der Bio-Lebensmittelbranche auch relativ gering einzustufen. Es handelt sich bei unseren angebotenen Produkten um essentielle Verbrauchsgüter und nicht beispielsweise um sehr krisenabhängige Luxus-Gebrauchsgüter.

## B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner

Die Ökoring Handels GmbH arbeitet im Wesentlichen mit folgenden regionalen Finanzpartnern zusammen:

Kreissparkasse München, Volksbank Fürstfeldbruck, GLS Gemeinschaftsbank eG mit Ökobank, Commerzbank Nürnberg, IBB Intern. Bankhaus Bodensee AG, sowie Bank Austria – Creditanstalt Salzburg.

Insbesondere bei der GLS Gemeinschaftsbank eG handelt es sich um ein nachhaltig wirtschaftendes Kreditinstitut, welches zahlreiche ökologische und soziale Projekte unterstützt.

## B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

### B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Wesentliche Zukunftsausgabe in 2017 war die Investition in ein neues, sichereres Kommissioniersystem mit Namen Logis von der Dataphone GmbH. Das Projekt wurde durch zahlreiche Workshops und Schulungen begleitet und hatte eine Aufwandshöhe von circa einer Millionen Euro. Der Betrag war zu circa 60 Prozent finanziert und der Rest wurde aus dem Cashflow getragen. Der Cashflow und somit der Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit betrug 2017 410.000 Euro und wurde komplett für die zukunftsweisende Investition verwendet, so dass 2017 keine Kapitalerträge ausgeschüttet wurden. Mit diesem inzwischen erfolgreich abgeschlossenen Projekt ist die Liefersicherheit, Rückverfolgung und Bestandssicherheit wesentlich erhöht worden. Die Anlagenzugänge 2017 belaufen sich auf 1,36 Millionen Euro. Das Stammkapital wurde um 150.000 Euro erhöht und somit zur Rücklage zurückgeführt. Die Eigentümer der Ökoring Handels GmbH bestehen zu gut 50 Prozent aus aktiven Mitarbeitern sowie dem Betrieb nahestehende Personen. Die Erwartungen an die Kapitalerträge aus dem Unternehmen sind nachrangig. So werden Mindestgewinne nicht angetastet und darüber hinaus nur hin und wieder geringe Prozentsätze des Jahresgewinns ausgeschüttet. Im Vordergrund des Interesses der Gesellschafter steht das moderate und organische Wachstum sowie das wirtschaftliche Funktionieren des Unternehmens. Damit soll es möglich sein, trotz technischer und elektronischer Rationalisierungen die Zahl der Arbeitsplätze zu erhalten oder gar zu erhöhen. Der Strategische Aufwand umfasst vor allem unsere Marketingausgaben und betrug 2017 500.000 Euro. Mit dem Handel von ökologisch erzeugten Handelswaren soll die Existenzgrundlage von ökologisch wirtschaftenden Erzeugern erhalten bleiben. Der gesellschaftliche Nutzen von ökologischer Landwirtschaft, Produktion und dem Handel solcher Waren wird unter Kapitel E1 beschrieben.

## Negative Aspekte B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmitteln

In der Firma Ökoring Handels GmbH wurden weder Standorte trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen, noch werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut oder zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter ausbezahlt.

## B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

### B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Da wir aus Grundüberzeugung ökologisch und sozial verantwortlich handeln, werden diese Aspekte auch bei sämtlichen Investitionsentscheidungen berücksichtigt. Nachdem im Oktober 2017 eine große Investition in die Lagerlogistik über das System DATAPHONE erfolgt ist, bekommen alle Kunden seitdem Direktrechnungen und keine doppelseitigen Lieferscheine mehr. Dadurch konnte unser Papierverbrauch enorm gesenkt werden – ca. 200.000 Seiten Papier pro Jahr.



Darüber hinaus wurde 2017 in größere Mitarbeiterparkplätze investiert, um die bestehende Parkproblematik im Gewerbegebiet zu entschärfen.

2018 steht der Austausch der alten Kühlmittel im Lager auf eine modernere, umweltschonendere Technik an. Um dem erhöhten Kühlbedarf im Tiefkühl-Bereich gerecht werden zu können, wird die gesamte Tiefkühlleistung um über 60 Prozent gesteigert. Es werden zwei hocheffiziente Kälteanlagen mit dem natürlichen Kältemittel R290 Propan nachgerüstet. Die Kälteleistung beträgt 2 x 4 k. Das Kältemittel R290 hat in geringer Menge keine zerstörende Wirkung auf die Ozonschicht. Darüber hinaus erfolgt eine hocheffiziente Regelung mit Elektronischer Einspritzung – die Lüfteransteuerung ist drehzahl geregelt, gleitend mit EC Technologie.

Des Weiteren steht 2018/2019 eine Lagererweiterung an. Der hierzu vor zwei Jahren eingereichte Bauantrag wurde im Sommer 2018 genehmigt. Neben den sozial-ökologischen Zielen von Investitionen, muss auch die Wirtschaftlichkeit berücksichtigt werden und somit ist nachhaltiges Wirtschaftswachstum immer eine Abwägung verschiedener Aspekte. Selten können Investitionen realisiert werden, welche alle drei Säulen der Nachhaltigkeit gleichermaßen positiv beeinflussen.



## B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Wir beschäftigen uns bereits seit einigen Jahren aktiv mit dem Wandel der Finanzmärkte in Richtung nachhaltiges Finanzwesen. Als Großhändler akzeptieren wir bereits seit mehreren Jahren Regionalwährungen, wie beispielsweise den „Chiemgauer“ und unterstützen somit die Etablierung dieser nachhaltigen Zahlungsmittel. Das langfristige Ziel der Stärkung von regionalen Wirtschaftskreisläufen war für uns ausschlaggebend zu diesem Schritt und passt damit optimal zu unserer Unternehmensphilosophie.

Zu unseren monetären Spenden für sozial-ökologische Projekte, welche sich 2017 auf über 10.500 Euro belaufen haben, werden von uns zahlreiche Projekte mit Sachspenden unterstützt. Darüber hinaus sind wir als Mitglied bei „Den Regionalen“ – ein Zusammenschluss mehrerer deutscher Naturkostgroßhändler finanziell an diversen Projekten beteiligt z.B. in der ökologischen Saatgutzüchtung.

Der Ausbau der sozial-ökologischen Investitionen für die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens, sowie weiterhin die Stärkung der Zusammenarbeit mit ethischen Kreditinstituten ist der Firma Ökoring Handels GmbH ein Anliegen.

## Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Es werden bei der Ökoring Handels GmbH keinerlei ökologisch bedenkliche Ressourcen eingesetzt, welche derzeit eine sinnvolle ökologische Alternative haben. Die Firma setzt auf erneuerbare Energieträger. Beispielsweise der Stromverbrauch der Ökoring Handels GmbH wird zu 100 Prozent aus Wasserkraft bezogen.

Mit einer Photovoltaikanlage auf dem Firmendach wird nachhaltig Strom erzeugt.

Durch eine Verbundanlage der Kühlgeräte wird die Abwärme für Warmwassererzeugung genutzt. Beispielsweise wird die neu gebaute Leerguthalle der Ökoring Handels GmbH komplett über Fernwärmeleitungen von der Abwärme der Kühlaggregate im Lagerbereich geheizt.

Für den Einsatz von Diesel im Fuhrpark gibt es derzeit keine sinnvolle ökologische Alternative und es kann der Dieserverbrauch lediglich über möglichst effiziente Tourenplanungen reduziert werden.

Der Umstieg von Diesel-LkWs auf umweltschonendere Gas-LkWs im bezahlbaren Rahmen, wäre mit politischer Unterstützung in der Zukunft durchaus denkbar.



## B4 Eigentum und Mitentscheidung

### B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Die Firma Ökoring ist als Gesellschaft mit beschränkter Haftung organisiert. Grundsätzlich kann bei der GmbH, wie bei jeder Kapitalgesellschaft, die Verwendung von erzielten Gewinnen in der Satzung der Gesellschaft geregelt werden. Somit besteht die Möglichkeit, Teile der erzielten Gewinne nicht an die Gesellschafter auszuschütten, sondern im Unternehmen zu lassen. Im Vergleich zu Aktiengesellschaften, sind Gesellschaften mit beschränkter Haftung in der Regel weniger anonym, da die Anzahl der Gesellschafter meist niedriger ist, sich die Gesellschafter persönlich kennen und auch der Beitritt von neuen Gesellschaftern abgelehnt werden kann. Der Vorteil einer Genossenschaft beispielsweise wäre, dass man einen gemeinschaftlichen Geschäftsbetrieb, mit dem Grundziel, einen Nutzen für alle Mitglieder zu erzielen, hat.

### Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Es ist von der Ökoring Handels GmbH weder eine feindliche Übernahme erfolgt, noch geplant. Durch die Formulierung im Gesellschaftervertrag, dass bei einer drohenden feindlichen Übernahme die hundertprozentige Zustimmung aller Gesellschafter erforderlich wäre, kann dieser Fall verhindert werden.



## C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

### C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

In der Ökoring Handels GmbH herrscht ein identifikationsstiftender Führungsstil, bei dem klar kommuniziert wird, wofür das Unternehmen steht. Im Mai 2018 haben wir zusammen mit unseren Kunden und Lieferanten unser 25jähriges Firmenjubiläum gefeiert. Dabei wurde insbesondere auch an den Firmengründer Robert Dax erinnert, welcher mit seiner Überzeugung für Ökologische Lebensmittel immer noch als Vorbild für die Unternehmenskultur steht.

Generell kann man rückblickend sagen, dass die Firma Ökoring mit Stabilität und Kontinuität von Anfang an wirtschaftet, ohne dabei auf sämtliche „kurzlebigen Trends“ im Lebensmittelhandel aufzuspringen.

Grundsätzlich ist mit Sicherheit der Handel mit gesunden, ökologisch erzeugten Lebensmittel sinngemäß für die Mitarbeiter. Die Geschäftsleitung bemüht sich um ein freundschaftliches Verhältnis zu den Mitarbeitern.

Die Arbeitszeiten in den einzelnen Abteilungen der Ökoring Handels GmbH richten sich dabei im Wesentlichen je Abteilung nach den erforderlichen Unternehmensabläufen. Flexible Arbeitszeiten im Rahmen der betrieblichen Möglichkeiten, Teilzeitmodelle und vereinzelt die Möglichkeit für Homeoffice sind im Unternehmen etabliert.

Von den 2017 150 Mitarbeitern sind 109 Mitarbeiter Vollzeitkräfte, 26 Mitarbeiter Teilzeitkräfte und 15 Mitarbeiter geringfügig beschäftigt. Insgesamt arbeiten im Unternehmen derzeit 50 Frauen und 100 Männer. 2017 wurden 53 Mitarbeiter ein- und 50 Mitarbeiter ausgestellt. Somit beträgt die Fluktuationsrate für dieses Jahr 33 Prozent.

21 Prozent der Mitarbeiter sind bereits über zehn Jahre im Unternehmen und weitere 35 Prozent arbeiten bereits über drei Jahre im Unternehmen. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt fünf Jahre. Insgesamt gab es 2017 550 Bewerbungen. Sehr stolz sind wir, dass wir seit 2016 wieder eine Auszubildende zur Kauffrau für Büromanagement in der Abteilung Marketing beschäftigen. Seit September 2018 dürfen wir ebenso einen Auszubildenden als Groß- und Außenhandelskaufmann in der Abteilung Trockeneinkauf begrüßen. Seither arbeiten wir darüber hinaus mit der Fachhochschule Freising zusammen und beschäftigen regelmäßig Praktikanten des Fachbereichs Agrarmarketing.

74 Prozent unserer Mitarbeiter stammen aus der Region (30 Kilometer Umkreis Mammendorf). Dies spiegelt unsere Bedeutung als regionaler Arbeitgeber wieder. Eine betriebliche Altersversorgung ist seit 2011 etabliert.

Regelmäßige Mitarbeitergespräche werden in einzelnen Abteilungen durchgeführt, allerdings noch nicht regulär durchgängig verpflichtend im gesamten Unternehmen.

Für die Mitarbeiter werden regelmäßige Schulungen in sämtlichen fachlich relevanten Themen angeboten. Da die Schulungen auch oft im Haus stattfinden, gibt es keine genauen Erhebungen bezüglich der Stunden pro Jahr und Mitarbeiter.

Hierarchieebenen sind im Wesentlichen drei etabliert – die Geschäftsleitung – die Abteilungsleiter – die Abteilungsmitarbeiter.

Bei innerbetrieblichen Konflikten steht den Mitarbeitern der Betriebsrat zur Seite (aktuell stehen Neuwahlen aus). Auf Grund des offenen Führungsstils, sind die meisten Konflikte auf dem kurzen Dienstweg zu lösen.

Bei auftretenden Fehlern wird versucht, die Ursache dieses Problems zu ermitteln, um möglichst einen Lerneffekt zu erzielen. In der Regel werden diese Fehler dem jeweils zuständigen Abteilungsleiter mitgeteilt und dieser bespricht mit dem betreffenden Mitarbeiter die Problematik.

Selbstorganisation und Eigenverantwortung wird durch die Definition von Verantwortungsbereichen erreicht. Für den überwiegenden Teil Abteilungsleiter liegen detaillierte Stellenbeschreibungen vor. Es gibt ebenso Arbeitsbeschreibungen für Mitarbeiter, deren Tätigkeit Einfluss auf die Produkthanforderungen haben (Lagerleiter, Schichtleiter).

Darüber hinaus wurden 2017 im Rahmen der IFS Zertifizierung Abteilungsziele, sowie Unternehmensziele definiert. Insgesamt soll für die Jahre 2017/2018 in allen Abteilungen das Thema interne Kommunikation und Information, sowie Förderung der Mitarbeiter durch Fortbildungen stark in den Fokus gesetzt werden.

Neben den regelmäßig im Vierwochentakt stattfindenden Abteilungsleiterbesprechungen mit Protokollierung, finden auch mit allen Abteilungsleitern und Geschäftsführung regelmäßig Strategietreffen außer Haus statt, um grundsätzliche Ausrichtungen der Firma gemeinsam zu diskutieren. Zudem finden selbstverständlich regelmäßige Abteilungsinterne Besprechungen zu Themen des Tagesgeschäftes statt.

Grundsätzlich ist eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur noch keine Garantiefür einemitarbeiterfreundlicheArbeitsplatzgestaltungundsomitbestehthierimmer Verbesserungspotential.

Die Etablierung verpflichtender jährlicher Mitarbeitergespräche in allen Abteilungen, soll die nächsten Jahre umgesetzt werden.

In der Personalentwicklung sollen weitere Fortbildungen in allen Abteilungen angeboten und verpflichtende Stundenzahlen eingeführt werden.

Die Teambildung in den Abteilungen soll weiter gestärkt werden, sowie eine einheitliche Einarbeitung für alle Mitarbeiter für den ersten Arbeitstag in Präsentationsform (Unternehmensphilosophie, Unternehmensstrukturen, Vorstellung der Mitarbeiter etc.) erstellt werden.



## C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Die Krankheitsquote 2017 lag bei 12 Prozent. Es gibt keine Erhebung zu den Tagen, an denen Mitarbeiter trotz Krankheit in den Betrieb kommen. Die Firma Ökoring Handels GmbH nimmt an dem Ticket Plus Card-System für die Mitarbeiter teil. Jeder Mitarbeiter erhält eine solche Karte, mit der bei vielen deutschlandweit teilnehmenden Unternehmen gezahlt werden kann. Hat ein Mitarbeiter 3 Monate keine krankheitsbedingten Fehltage, wird von der Firma ein Betrag auf die Karte geladen als Anreiz, sich auch privat um die Erhaltung der eigenen Gesundheit zu kümmern und als Belohnungssystem.

2017 wurde darüber hinaus eine umfassende Umfrage über die AOK bei den Mitarbeitern durchgeführt, in wie weit die Firma die Mitarbeiter bei der Gesundheits-erhaltung zusätzlich unterstützen kann. Wiedereingliederungsphasen nach längeren Krankheitsfällen oder Elternzeit werden individuell auf die jeweiligen Bedürfnisse des Mit-arbeiters abgestimmt.

Für die Mittagspause sind sowohl eine Küche mit ausreichend Sitzgelegenheiten, als auch Sitzplätze auf der Dachterrasse vorhanden.

Während der Arbeit ist für alle Mitarbeiter Mineralwasser umsonst, um die ausreichende ernährungsphysiologisch wichtige Wasserzufuhr zu gewährleisten. Des Weiteren wird in der Betriebsküche regelmäßig frisches Obst für die Mitarbeiter bereitgestellt.

In der Firma Ökoring gibt es derzeit sechs regelmäßig geschulte Ersthelfer, sowie Sicherheitsbeauftragte. Die regelmäßige Teilnahme der Beauftragten an den Schulungen wird vom Qualitätsmanagement überwacht.

Abkürzung	Mitarbeiter	Bestellungsurkunde	Grundausbildung	Auffrischung 1	Auffrischung 2	Auffrischung 3	Auffrischung 4
TL	1	x	29.06.2011	05.06.2013	01.02.2016	26.04.2018	26.04.2020
TL	2		06.03.2018	06.03.2020			
TK	3	x	15.01.2013	15.02.2016	12.03.2018	12.03.2020	

2017 kam es zu 13 Betriebsunfällen. Generell ist die gesundheitliche Herausforderung mit Sicherheit im gewerblichen Teil der Firma höher als im administrativen Teil. Hier ist vor allem die Kommissionierung im Frischelager körperlich anstrengend durch den Aufenthalt in der Kälte und das teilweise schwere Heben. Grundsätzlich ist bei Betreten des Lagers immer die Verletzungsgefahr der Füße gegeben. 2017 wurde wieder für alle Mitarbeiter im Unternehmen Sicherheitsschuhe für das Betreten des Lagers angeschafft, um der größten Unfallgefahr im Lager vorzubeugen.

2017 wurde eine arbeitsmedizinische Untersuchung für Seh- und Hörvermögen durchgeführt.

Zudem wurde 2017 im administrativen Bereich von Experten die Körperhaltung am Arbeitsplatz kontrolliert, sowie den einzelnen Mitarbeitern Tipps für ergonomisch optimales Arbeiten gegeben.

Durch die Vereinheitlichung der betrieblichen Mittagspause soll auch ein regelmäßiges Angebot von warmen Speisen für die Mitarbeiter ermöglicht werden. Zusätzlicher Nutzen in Sachen Nachhaltigkeit: Für die Zubereitung sollen zudem Waren mit knappem MHD verwertet werden.

### C1.3 Diversität und Chancengleichheit

In der Ökoring Handels GmbH ist eine hohe Diversität bei der Belegschaft Fakt. Bei Einstellung, sowie ggf. Aufstieg innerhalb des Unternehmens herrscht Chancengleichheit und es wird unabhängig von Nationalität, Geschlecht, Religionszugehörigkeit etc. entschieden. Insgesamt stammen die Mitarbeiter der Ökoring Handels GmbH 2017 aus 29 Ländern. 58 Mitarbeiter mit Migrationshintergrund sind beschäftigt.

Insgesamt sind 6 Mitarbeiter mit Schwerbehinderung und ein Mitarbeiter mit 20 Prozent Behinderung angestellt.

2017 waren drei Mütter und ein Vater in Elternzeit und sind danach alle wieder ins Unternehmen zurückgekehrt.

Bezüglich der Religionszugehörigkeit und der sexuellen Orientierung der Mitarbeiter existieren keinerlei Daten in der Personalabteilung.

Es sollen auch künftig weiterhin Deutschkurse für die Mitarbeiter mit Migrationshintergrund im gewerblichen Bereich angeboten werden.

### Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

In der Ökoring Handels GmbH gibt es keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.



## C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Alle Mitarbeiter der Ökoring Handels GmbH werden übertariflich bezahlt. Ein Lagerist verdient laut [www.gehalt.de](http://www.gehalt.de) in Bayern durchschnittlich 2.013 bis 2.785 Euro Brutto monatsgehalt. Bei den gewerblich arbeitenden Mitarbeitern beträgt der Meridianverdienst 2.309,84 Euro und im kaufmännischen Bereich 2.965,92 Euro für Vollzeit. Somit befinden sich unsere Gehälter im Mittelfeld der standortabhängigen Verdienste. Geringfügig arbeitende Mitarbeiter verdienen gemittelt 9,68 Euro Bruttostundenlohn und beziehen die geringsten Gehälter in der Ökoring Handels GmbH (hierbei handelt es sich lediglich um Schüler und Aushilfen). Der höchste Stundenlohn beträgt 26,97 Euro.

### C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Auf Grund der im Großhandelsbereich üblichen starken saisonalen Umsatzenschwankungen im Jahresverlauf, können Überstunden nicht vermieden werden. Die Arbeitszeiterfassung im Unternehmen erfolgt elektronisch per Chip-Anhänger. Erbrachte Überstunden können in Form von Freizeitausgleich oder Auszahlung vergolten werden. Die Wochenarbeitsstunden von Vollzeitkräften orientieren sich an der gesetzlichen Regelarbeitszeit und betragen 38,5 Stunden. Grundsätzlich müssen täglich alle Aufträge für den folgenden Tag bearbeitet werden. Bei einem geringen Auftragspensum, können einzelne Mitarbeiter mit hoher Überstundenanzahl gegebenenfalls früher in den Feierabend gehen. Bei einem hohen Auftragspensum bleiben in der Regel sowohl bei der Auftragsbearbeitung, als auch bei der Kommissionierung im Lager alle eingeteilten Mitarbeiter so lange, bis die Lieferungen vollständig bearbeitet sind. Für das Lager und den Verkauf gelten fixe Arbeitszeiten, wobei auf die Bedürfnisse einzelner Mitarbeiter (z.B. späteres Kommen oder früheres Gehen) innerhalb des Teams eingegangen werden kann. In weiteren administrativen Abteilungen, wie Einkauf, Qualitätsmanagement, Marketing können die Arbeitszeiten im Rahmen der allgemeinen Bürokernzeiten von 8 bis 15 Uhr frei gestaltet werden. Teilzeitkräfte haben die Möglichkeit, ihre Wochenarbeitsstunden in drei, vier oder fünf Tagen pro Woche zu erbringen. Mitarbeiter haben die Möglichkeit in Form von Genussrechten Anteil an der Firma zu erwerben und werden somit bei Gewinnausschüttungen beteiligt. Eine Reduktion der geleisteten Überstunden ist für die Geschäftsleitung ein großes Ziel für die Zukunft. Dies kann allerdings nur in eingeschränktem Maß durch Neueinstellungen ermöglicht werden, da zu wenig adäquate Bewerbungen eingehen.

## C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Grundsätzlich gibt es in der Firma Ökoring Handels GmbH die Arbeitsmodelle Vollzeit, Teilzeit und geringfügig beschäftigt. Von den insgesamt 150 Mitarbeitern arbeiten 26 Mitarbeiter in Teilzeit und 15 Mitarbeiter sind geringfügig beschäftigt. Die Führungskräfte (Abteilungsleiter) arbeiten alle Vollzeit.

Die Einführung von Jobsharing bei Abteilungsleitern und Führungskräften, wäre ein weiterer Schritt in Richtung eines hohen Flexibilitätsgrades bei den Arbeitsmodellen.

## Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Bei der Ökoring Handels GmbH sind derzeit keine Zeitarbeitskräfte beschäftigt. In der Regel bekommen neu eingestellte Mitarbeiter im gewerblichen Bereich viermal einen 6-Monatsvertrag und neu eingestellte Mitarbeiter im kaufmännischen Bereich zweimal einen 12-Monatsvertrag. Ab 24 Monaten erhalten die Mitarbeiter einen unbefristeten Vertrag.

2017 waren 34,44 Prozent der Arbeitsverträge befristet. Es gibt keine Pauschal oder Null-Stunden-Verträge.

Durch die übertarifliche Bezahlung aller Mitarbeiter, sollte die Lebenswürdigkeit des Verdienstes gewährleistet sein.



## C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

### C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Für die Mitarbeiter steht ein großzügiger Pausenraum mit Kochmöglichkeit und Sitzmöglichkeit im Freien zur Verfügung. Die Kaffeeautomaten werden mit Biokaffee bestückt. Allen Mitarbeitern steht über Getränkespender kostenlos Wasser während der Arbeitszeit zur Verfügung. Im Pausenraum wird regelmäßig frisches Bio-Obst für die Mitarbeiter bereitgestellt. Auf Betriebsfeiern, sowie bei den Halbjahres und Jahresinventuren gibt es ausschließlich biologisch erzeugtes Essen zur Verpflegung der Mitarbeiter. Auf Grund des überschrittenen Mindesthaltbarkeitsdatums aussortierte Ware, welche noch nicht abgelaufen ist, kann zum Teil von den Mitarbeitern zum Verzehr mit nach Hause genommen werden. Darüber hinaus besteht für die Mitarbeiter die Möglichkeit, alle biologischen Produkte in der Firma selbst einzukaufen.

Beabsichtigt ist die zeitnahe Einführung einer einheitlichen halbstündigen Pausenzeit für alle Mitarbeiter im administrativen Bereich. Dadurch wird beabsichtigt, den abteilungsübergreifenden Kontakt der Mitarbeiter untereinander zu fördern. Darüber hinaus könnte dann auch ein regelmäßiges Catering initiiert werden. Bisher ist dies durch die stark unterschiedlichen Pausenzeiten nicht möglich.

Aktuell wird ein Cateringunternehmen gesucht, das unseren Mitarbeitern zunächst an einem Wochentag ein Bio-Mittagessen anbietet.



## C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Der Firmensitz im Gewerbegebiet Mammendorf ist vom Ballungszentrum München, Augsburg sowie von Fürstenfeldbruck mit Bahn/S-Bahn und Bus gut zu erreichen. Es steht ein firmeneigenes E-Bike für die Mitarbeiter zur Verfügung.



Die Mitarbeiter haben zum Teil untereinander selbstständig Fahrgruppen gebildet und leisten so einen Beitrag zum Umweltschutz. Es gibt allerdings derzeit keine verbindliche Vorgabe, welche die Transportmittel zum Arbeitsplatz oder zu Dienstreisen vorschreibt. Ebenso gibt es keine Dokumentation des Anteils der Mitarbeiter, welche mit dem PKW zur Arbeit fahren.

Die Geschäftsführung und die Abteilungsleiter nutzen keine Statusmobile als Dienstfahrzeuge sondern sind mit Volkswagen ausgestattet. Durch die Nutzung von Bahn und ÖPNV für sämtliche sinnvollen Verbindungen auf Dienstreisen, versucht die Geschäftsleitung als Vorbild voran zu gehen.

Neu wird von der Firma ein Leasingmodell für E-Bikes angeboten, welches die Mitarbeiter über die Ein-Prozent-Regelung finanziell abwickeln können.

### C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Ökologische Themen spielen die ausschlaggebende Rolle bei Weiterbildungsangeboten und Personalrekrutierungen. Die Geschäftsleitung lebt ökologisches Verhalten vor. Die ständige Förderung kleiner Strukturen und besonderer regionaler Lieferanten ist eines der Hauptanliegen der Geschäftsleitung.

Es wurden regelmäßig für die Mitarbeiter Produktschulungen durchgeführt. Darüber hinaus wurde im Berichtszeitraum im Unternehmen eine Schulung zum Thema Grundlagen Ökologischer Landbau für alle Mitarbeiter angeboten.

Die Mitarbeiter können nicht mehr handelsfähige Bio-Ware mitnehmen und haben somit Zugang zu kostenlosen Lebensmitteln aus Ökologischer Erzeugung. Bei außerbetrieblichen Events, Firmenfeiern, Hausmessen etc. wird generell Bio-Catering bestellt. Darüber hinaus bekommen die Mitarbeiter Ostern und Weihnachten generell als Firmengeschenk Bioprodukte mit nach Hause, um die Firmeneigenen Produkte kennen und Wert schätzen zu lernen.

Im Berichtszeitraum wurde beispielsweise eine eigene Imagebroschüre für verpackungsfreies Einkaufen zusammengestellt. Ein großes Projektziel in diesem und den nächsten Jahren ist generell das Thema Reduzierung von Plastikmüll. Dabei wurde zum Beispiel an der weiteren Reduzierung von Wickelfolie bei den Rollwägen durch die Einführung von Rollwagen mit geschlossenen Seitenteilen gearbeitet. Auch mit unseren Lieferanten sind wir bezüglich dieser wichtigen Thematik in regem Austausch, so dass schon einige Hersteller von Plastikverpackungen auf Mehrwegsysteme umgestellt haben.

Geputzt wird im Unternehmen fast ausschließlich mit ökologischen Reinigungsmitteln. So haben wir zum Beispiel auf unserer diesjährigen Jubiläums-Hausmesse im Mai 2018 allen unseren Kunden nachhaltige Coffee to go - Becher (aus Baumharz) geschenkt. Die Messe-Namensschilder wurden aus „Samenpapier“ (Papier mit Blumensamen bestückt) hergestellt.



Bei der Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung aller Mitarbeiter gilt die Devise „Steter Tropfen höhlt den Stein“.

## Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Im Betrieb wird weder zur Verschwendung angeleitet, noch unökologisches Verhalten geduldet. Generell ist es in allen Firmenbereichen fest in unserer Philosophie verankert, möglichst ressourcenschonend und nachhaltig zu wirtschaften.

## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Aktiver Wissensaustausch ist für uns die Basis für effektives und fehlerarmes Arbeiten. Bekanntmachungen im Unternehmen, wie beispielsweise die Vorstellung neuer Mitarbeiter oder die Veröffentlichung einheitlicher Formulare und Arbeitsanweisungen, oder aktuelle Themen der Biobranche werden regelmäßig per E-Mail verschickt. Ein partnerschaftliches Miteinander, sowie eine hohe Transparenz bei unternehmerischen Entscheidungen sind im Ökoring bereits etabliert. Der Leitgedanke unserer Firmenphilosophie „Eine Verbindung, in der jeder zählt“ baut auf dem Prinzip der partizipativen Verantwortung jedes Einzelnen am Unternehmenserfolg auf.

Die Mitbestimmung von Seiten der Mitarbeiter in allen Abteilungen wird von der Geschäftsleitung forciert und ist auf Grund des hohen Arbeitspensums dringend erforderlich. Auch bei der Einstellung neuer Mitarbeiter ist der persönliche Wille zur Übernahme von Verantwortung und zur Mitbestimmung entsprechend seiner Fähigkeiten mit Ausschlag gebendes Kriterium. Über Neueinstellungen beziehungsweise Beförderungen entscheidet die Geschäftsleitung gemeinsam mit dem jeweiligen Abteilungsleiter.

Umsatzdaten, Produktaufschläge, sowie monatliche Umsatzentwicklungen der einzelnen Kunden, sind für die Mitarbeiter zugänglich.

Der Grad der Transparenz kritischer und wesentlicher Daten wird auf 70 Prozent geschätzt.

Es soll im nächsten Jahr wieder der Mitarbeiter-Wirtschaftsausschuss belebt werden. Hier gab es in der Vergangenheit bereits regelmäßige Treffen von einzelnen Mitarbeitern, der Geschäftsleitung, sowie unserem externen Unternehmensberater, wobei wirtschaftliche Kennzahlen gemeinsam besprochen und interpretiert wurden.



## C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Die mittlere Führungsebene wird von der Geschäftsleitung eingesetzt und nicht gewählt. Grundsätzlich sind allerdings die Führungskräfte auch durch Anhörungen und Gespräche mit den Mitarbeitern der einzelnen Abteilungen legitimiert.

Über Neueinstellungen beziehungsweise Beförderungen entscheidet die Geschäftsleitung gemeinsam mit dem jeweiligen Abteilungsleiter. Soziokratische Strukturen sind im Unternehmen derzeit lediglich ansatzweise beispielsweise bei Projektarbeiten im Sinne von Pilotkreisen etabliert.

Grundsätzlich sollten anonyme Befragungen der jeweiligen Abteilungsmitarbeiter bezüglich der Fähigkeiten der Abteilungsleiter erfolgen. Den Angaben sollte von Seiten der Geschäftsleitung bzw. Personalabteilung nachgegangen werden.

## C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Grundsätzlich ist es in der Firma Ökoring in den Abteilungen Praxis, dass die Mitarbeiter bei Neueinstellungen angehört werden, um eine gute Integration ins Team der jeweiligen Abteilung zu gewährleisten. Von Seiten der Geschäftsleitung wird der Wille zur Übernahme neuer Verantwortungs- und Entscheidungsbereiche begrüßt und gefördert.

Es sollte in den nächsten Jahren von Seiten des Betriebsrats regelmäßige Betriebsversammlungen abgehalten werden, bei denen die Mitarbeiter über beispielsweise künftig geplante Investitionen informiert werden und die Möglichkeit haben, Ihre Meinung diesbezüglich zu äußern.

## Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Seit 2004 ist in der Firma Ökoring ein Betriebsrat etabliert (derzeit stehen Neuwahlen aus).



## D1 Ethische Kundenbeziehungen

### D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kunden

Unser Marketing richtet sich an aufgeklärte Kunden. Ein überwiegender Teil unseres Marketingbudgets wird dabei für ethisches Marketing verwendet. Auf Grund der großen Anzahl an Mitbewerbern in der Naturkostgroßhandelsbranche ist ein Umsatzzuwachs überhaupt nur durch eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen. Für unsere Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung gibt es zahlreiche aus dem Marketingbudget finanzierte Projekte, bei denen die Firma Ökoring bereits eine wirksame gesellschaftliche Leistung erbringen konnte und kann.

Ganz nach dem Motto „Viele sind regional, einige sind regionaler, aber wir sind der regionalste Bio-Großhändler vor den Toren Münchens und Nürnbergs“, unterstützen wir sowohl die ökologische Landwirtschaft, das Lebensmittelhandwerk und die Naturkostfachgeschäfte in der Region konkret mit der Regionalvermarktungskonzeption „BioRegional“. In unseren BioRegional-Partnerläden werden dabei die regional in Bayern produzierten und verarbeiteten Produkte für den Kunden durch ein entwickeltes BioRegional-Logo hervorgehoben, um den Kauf von regionalen Bioprodukten bei der enormen Produktvielfalt zu erleichtern und zu fördern.



Die Transportwege von unseren regionalen Lieferanten zum Bioregional-Großhändler Ökoring und von dort zu unseren BioRegional-Partnerläden beschränken sich auf einen Umkreis von 100 km.

Bei unseren Kunden ist uns die Erhaltung der Selbstständigkeit von inhabergeführten Läden sehr wichtig. Von uns werden den Kunden weder Sortimente, noch Marketingpakete, wie in der Lebensmittelgroßhandelsbranche durchaus üblich, durch vertragliche Bindung aufgezwungen. Der Ladner entscheidet frei und erhält seine Selbstständigkeit. Zu einem Großteil unserer Kunden bestehen langjährige Freundschaften und eine hohe gegenseitige Vertrauensbasis.

Neben den Verkaufszahlen, ist die Kundenzufriedenheit ein wesentliches Messinstrument zum unternehmerischen Erfolg. 2017 wurde eine umfassende Umfrage zur Kundenzufriedenheit durch unsere Marketingabteilung erstellt und die Ergebnisse für die Mitarbeiter offen gelegt.

Alle Verkaufsmitarbeiter werden fix bezahlt und somit ist eine freie Kundenberatung unabhängig von Verkaufszahlen möglich. Es gibt keine internen Umsatzvorgaben oder Zeitvorgaben für Kundengespräche von Seiten des Unternehmens.

Vier Außendienstmitarbeiter erfahren bei regelmäßigen Kundenbesuchen den Grad der Zufriedenheit oder Probleme unserer Kunden. Dies wird in einem Außendienstbericht für jeden Besuch zusammengestellt und den Mitarbeitern im Innendienst, sowie der Geschäftsleitung zur Verfügung gestellt.

Neukunden werden geworben über unseren Internetauftritt, Messeauftritte oder aktiv über Neukundenakquise durch unsere Außendienstmitarbeiter.

Die Produkttransparenz ist sehr hoch. Die Kunden haben die Möglichkeit in unserem Onlineshop für den Großteil der Produkte auf alle relevanten Produktdaten zuzugreifen. Diese Daten sind verknüpft mit den Eintragungen der Hersteller auf den Datenbanken Ecoinform und Data NatuRe.

Neben unserem Gesamtsortiment, geben wir täglich aktuell ein Obst- und Gemüseangebot, sowie ein Monatsaktionsangebot heraus. Darüber hinaus gibt es saisonale Angebote zu Ostern und Weihnachten.

Unsere Reklamations- und Beschwerdestelle arbeitet proaktiv. Bei Beschwerden erfolgt ein transparentes Reporting an den jeweils zuständigen Abteilungsleiter. Reklamationen erfolgen üblicherweise in schriftlicher Form auf einem erstellten Reklamationsvordruck. Die Reklamationen werden in der Fakturierung bearbeitet. Erfasste Reklamationen werden unmittelbar mit einer Gutschrift an den Kunden übermittelt. Häufungen von produktspezifischen Reklamationen werden an das Qualitätsmanagement zur Prüfung und Weitergabe an die Lieferanten übergeben.

Anfang Mai 2018 wurde eine große Hausmesse mit Regionalkongress veranstaltet, um einen gemeinsamen Austausch unserer regionalen Lieferanten mit unseren Kunden zu ermöglichen.

Ein jährlicher Besuch der TOP 50 Kunden durch die jeweilige Verkaufsbetreuerin im Innendienst ist angestrebt.

## D1.2 Barrierefreiheit

Da unsere Kunden in der Regel von uns mit Ware beliefert werden, stand die Barrierefreiheit unseres Unternehmens bislang nicht im Vordergrund. Dennoch sind mittelfristig bauliche Veränderungen zur Barrierefreiheit unseres Firmengebäudes geplant.

Menschen mit Beeinträchtigung können unter verschiedenen Formen der Bestellung wählen: Es gibt die Möglichkeit über den Onlineshop oder per DFÜ aus der Warenwirtschaft eine Bestellung auszulösen oder auch per Fax, Email oder Telefon zu bestellen. Es ist außerdem angedacht, unseren Webauftritt auf Barrierefreiheit hin zu untersuchen und zu optimieren.

## Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Keine unserer Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind als kritisch oder unethisch einzustufen. Unsere Werbemaßnahmen gehen nicht über Messeauftritte, informative Homepage, neutrale Produktinformationen, beziehungsweise Wissensvermittlung hinaus.



## D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

### D2.1 Kooperation mit Mitunternehmern

Gemeinsam mit vier weiteren Großhändlern aus verschiedenen Regionen Deutschlands, welche sich im Liefergebiet nicht überschneiden, arbeiten wir im engen Know-how Austausch zusammen. Sowohl Technologien (z.B. Erfahrungen mit Warenwirtschaftssystemen, Lagerverwaltungssystemen, elektronischen Pickytemen usw.), als auch Prozesse und Bezugsquellen werden gegenseitig offengelegt. Auch Mitarbeiter der jeweiligen Unternehmen wurden bereits zu den anderen Partnern eingeladen, um sich die Unterschiede in den Arbeitsweisen anschauen zu können und voneinander direkt zu lernen.

Wir arbeiten zudem seit langem sehr eng mit mehreren regionalen Naturkostgroßhändlern bei unserer monatlichen Marketingaktion „Echt bio“ zusammen und sparen damit gemeinsam Werbekosten und können unseren Kunden ein sehr professionelles Aktionsangebot bieten. Darüber hinaus können durch den monatlich gemeinsamen Einkauf bei den Lieferanten bessere Konditionen erreicht werden.

Grundsätzlich ist die Ökoring Handels GmbH immer an Kooperationen mit Mitunternehmern interessiert. Aus unserer Sicht ist ein hohes Maß an Kooperation und Solidarität eine der wichtigsten Werte des Naturkostfachhandels und kennzeichnen seinen Charakter. Es erfolgt keinerlei Preisdruck auf die Lieferanten und es wird auf massenmediale Werbung verzichtet.

Momentan wird mit verschiedenen Naturkostgroßhändlern an der Entwicklung neuer Rollwagen gearbeitet, um sich künftig die Umwicklung der Rollwagen mit Plastikfolie als Ladungssicherung sparen zu können.

### D2.2 Solidarität mit Mitunternehmern

Die Großhändler innerhalb der Naturkostbranche sind zum einen durch die Region, aber auch durch die Spezialisierung in eine bestimmte Richtung, z.B. spezielles Produktsortiment für Großverbraucher fokussiert. Wenn Aufträge angefragt werden, die beispielsweise auf Grund ihrer örtlichen Gegebenheiten nur schwierig ausgeführt werden können, werden zum Teil auch Kunden mit ihren Aufträgen an Mitbewerber verwiesen, um die Kundenwünsche optimal erfüllen zu können. Gegenseitige Solidarität wird in der Naturkostbranche gelebt, im Gegensatz zum sonst üblichen Konkurrenzkampf in der Wirtschaft. Solche Verhaltensregeln wurden innerhalb der Branche auch bereits im BNN Kodex festgehalten. „Die Naturkost- und Naturwarenbranche steht in einer Tradition, in der soziale Verantwortung, Vertrauen, regionale Wirtschaftskreisläufe, besondere Produktqualität, Gesundheit und Umweltschutz die Basis wirtschaftlichen Handelns waren. Viele Unternehmen sind entstanden, weil die Gründer auch gesellschaftlich etwas in Bewegung bringen wollten. Die Branche ist angetreten, um eine andere Welt des Wirtschaftens aufzubauen. Sie braucht somit auch andere Regeln, um prägende ethische Grundlagen wie Transparenz und Verbindlichkeit zu festigen und im Handelsalltag wirksam zu machen.“

## Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Es wird weder bei einzelnen Produkten, noch Dienstleistungen eine Dumpingpreisstrategie verfolgt, noch Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen. Die Maximierung von Marktanteilen auf Kosten von Mitunternehmern, KundInnen oder ProduzentInnen ist nicht in der Unternehmensstrategie verankert. Es werden für eigene Produktideen keine Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden, um andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation zu blockieren.



## D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

### D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Die Ökoring Handels GmbH handelt seit 25 Jahren mit Produkten aus ökologischem Anbau. Die Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe und die Bevorzugung von verbands-zertifizierter Bio-Ware ist hierbei seit Firmengründung ein großes Anliegen.

Im Oktober 2017 konnten wir durch die Einführung eines neuen Lagerverwaltungsystems zum einen unseren Papierverbrauch um über 50 Prozent reduzieren, da wir nun durch „Pick by Voice“ komplett auf Lieferscheine in gedruckter Form verzichten und die Kunden mit den Warenlieferungen Direktrechnungen erhalten, zum anderen konnte die Fuhrparklogistik durch Packtechnik, Verdichtung und Transportsicherung mit mehr Verkaufseinheiten pro Rollbehälter optimiert werden.

Die Fuhrparklogistik richtet die Liefertage bei den Kunden hinsichtlich des ökologischen Bewusstseins der Rohstoffschonung aus. Durch die Koppelung von Liefertouren und Abholungen bei Lieferanten wird weiterhin versucht, Leerfahrten weitgehend zu vermeiden.

Durch ein weiteres Lager und ein Fuhrparkunternehmen in Nürnberg können die Kunden nördlich von Nürnberg ressourcenschonender beliefert werden.

Die Entsorgungslogistik umfasst zum einen Papier/Kartonagen, Holz, Plastik/Folie, Leergut, sowie verdorbene Lebensmittel. Die komplette Entsorgungs- und Leergutlogistik erfolgt seit 2018 über die Firma Leergut Logistik Mammendorf GmbH.

Die regionalen „grünen Frischwaren“ werden fast ausschließlich in Mehrwegkisten ausgeliefert.

Die ökologischen Auswirkungen der Produkte halten sich in Grenzen, da die generelle Müllvermeidung bei den Herstellern biologischer Produkte von Anfang an eine sehr große Rolle spielt. Bei den Verpackungen handelt es sich zu meist um Wertstoffe oder um Mehrwegsysteme, wie beispielsweise die Steco- und Europool-Kisten beim Obst und Gemüse. Mit unserem Spezial-Sortiment „Verpackungsfreies Einkaufen“ bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit im Laden für sich und ihre Kundschaft Verpackung zu vermeiden. Wir bieten darüber hinaus für die Läden nachhaltiges Verpackungsmaterial, wie beispielsweise waschbare „Take-five-Netze“ für Obst und Gemüse an.

Nicht mehr handelsfähige Produkte, welche noch verzehrfähig sind, werden an die Tafel gespendet oder können von Mitarbeitern mitgenommen werden.

Ein großer Müllverursachungsfaktor war bisher die Umwicklung der Rollcontainer als Ladungssicherung beim Transport zum Kunden. Aktuell werden neue Rollcontainer mit waschbaren, wiederverwendbaren, geschlossenen Seitenteilen getestet. Wir erhoffen uns dadurch, die jährlich benötigten 28 Paletten Wickelfolie um weniger als auf die Hälfte zu reduzieren.

## D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Suffizienz ist in der Biobranche generell für alle Unternehmen ein großes Thema. Die Lebensmittelvernichtung ist ein globales Problem des Handels. Beispielsweise durch die Initiative „Einzigartig“ wird gezielt aussortiertes Obst und Gemüse mit Schönheitsfehlern zu günstigeren Preisen vermarktet. Im konventionellen Handel werden diese ansonsten einwandfreien Lebensmittel bisher vernichtet.

Darüber hinaus werden im Unternehmen regelmäßig MHD-Kontrollen durchgeführt und für den Verkauf alle Produkte mit geringer Restlaufzeit in Listenform zur Verfügung gestellt, um diese noch zu reduzierten Preisen abverkaufen zu können.

## Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Bei keinen unserer Produkte wird eine unverhältnismäßige ökologische Auswirkung in Kauf genommen. Ganz im Gegenteil sind die positiven Auswirkungen der Ökologischen Landwirtschaft durch beispielsweise den Verzicht auf chemisch-synthetische Düngemittel oder Pflanzenschutzmittel bewiesen. Die Ökoring Handels GmbH fördert den Ausbau der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft.



## D4 Kunden-Mitwirkung und Produkttransparenz

### D4.1 Kund\*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Grundsätzlich werden Kundenwünsche bei Listungsentscheidungen berücksichtigt. Eine Produktentwicklung gibt es in der Firma Ökoring auf Grund unserer reinen Handels- und Dienstleistungsfunktion nicht. In Bezug auf die nachhaltigere Gestaltung von Prozessen und Dienstleistungen sind Anregungen von Kunden-seite stets erwünscht. Mittel der Marktforschung, wie zum Beispiel Kundenumfragen werden stets mit dem Hintergrund der Steigerung der Kundenzufriedenheit eingesetzt.

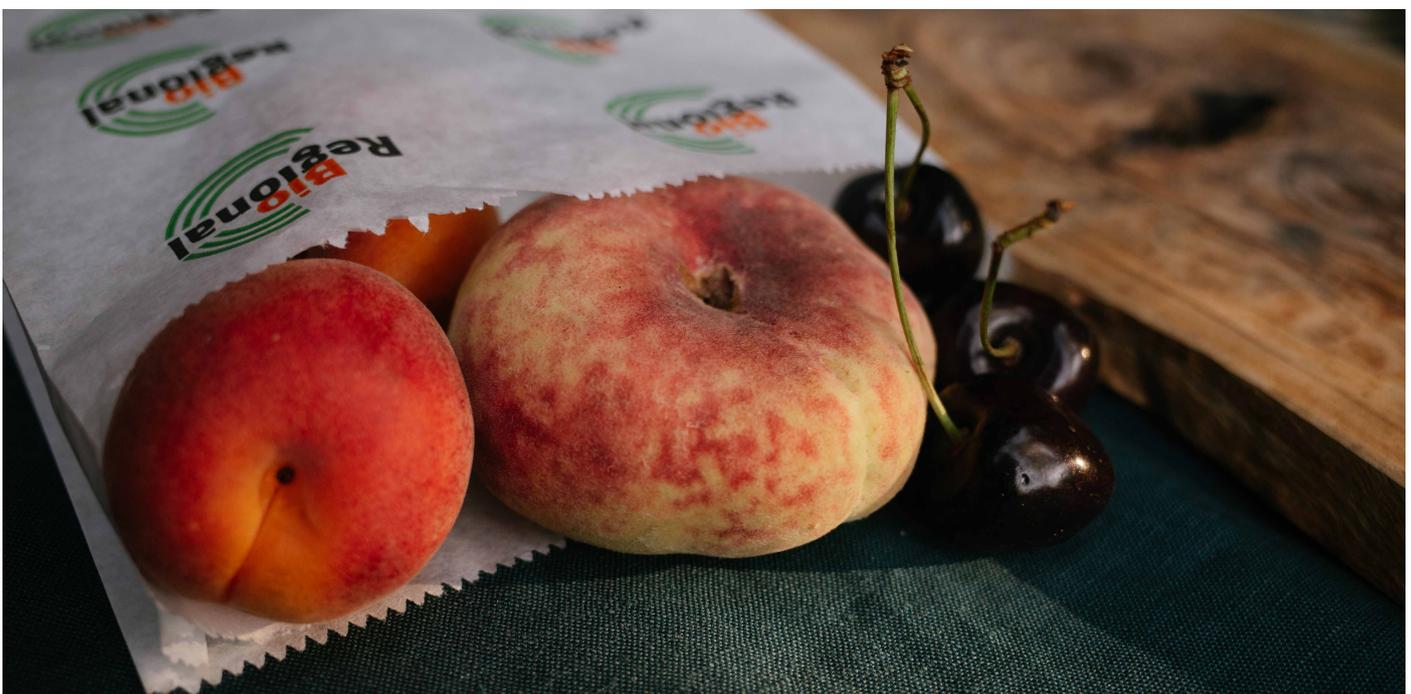
### D4.2 Produkttransparenz

Produktinformationen zu einem Großteil unserer Produktpalette sind über die Internetplattform ecoinform für alle Kunden und sonstigen Interessenten vollständig zugänglich. Es werden sämtliche Inhaltsstoffe ausgewiesen. Bezüglich der Preisfindung werden sowohl die Nettoeinkaufspreise als auch empfohlene Bruttoverkaufspreise im Einzelhandel ausgewiesen.

Externalisierung wird von den Herstellern bei den Produkten nicht ausgewiesen – man kann jedoch im Vergleich zu den entsprechenden konventionell erzeugten Produkten sicherlich von geringeren sozioökologischen Belastungen ausgehen.

### Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Der Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchs-Risiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden liegt bei 0 Prozent.



## E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

### E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Unsere Produktpalette umfasst im Wesentlichen Lebensmittel im Vollsortiment. Ergänzt ist das Sortiment mit ökologischen Hygiene- und Kosmetikprodukten, sowie anderen Produkten im Bereich Nonfood, die nach ökologischen Kriterien hergestellt werden. Durch den Verkauf von biologisch erzeugten Lebensmitteln sind wir eng verbunden mit dem wichtigsten Endnutzen für den Verbraucher, nämlich der Ernährung.



Laut dem Bundeszentrum für Ernährung „ist durch viele Analysen ist belegt, dass Produkte aus ökologischem Anbau im Vergleich zu konventionellen deutlich weniger Nitrat und nur selten Rückstände chemisch-synthetischer Pflanzenschutzmittel enthielten. Alle Zusatzstoffe, von denen man weiß, dass sie zu pseudoallergischen Reaktionen führen können, sind für Bio-Produkte verboten. Ein Plus also für empfindliche Menschen. Verarbeitete Bio-Lebensmittel wie Brot, Käse oder Fertiggerichte werden nicht mit Geschmacksverstärkern aufgepeppt, auch Farb-, Hilfs- oder Aromastoffe sind nur sehr eingeschränkt erlaubt.“\*1

Gesellschaftliche Probleme wie mangelnde Gesundheit werden durch den Konsum unserer Produkte also verbessert. Von diesen positiven Auswirkungen ökologischer Ernährung auf die Gesundheit profitiert die Gesellschaft nicht nur durch eine erhöhte Lebensqualität, sondern auch durch sinkende Kosten für das Gesundheitswesen. Innerhalb der Naturkostbranche sind faire Preise für die Erzeuger allein durch die starke Nachfrageorientierung des Marktes gegeben. Die Nachfrage nach regionalen Bio-Lebensmitteln steigt weiterhin deutlich höher, als das Angebot. So können gute Preise für die Erzeuger gewährleistet werden. Als Marktherausforderung erweist sich hier ganz im Gegenteil, die ganzjährige Rohwarenverfügbarkeit sicherzustellen.

Wir befinden uns in einem ständigen Entwicklungsprozess, der sich an oben genannten Werten orientiert.

\*1 <https://www.bzfe.de/inhalt/bio-und-gesundheit-939.html>

## E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Im Gegensatz zum Handel mit konventionell erzeugten Lebensmitteln, bietet der Handel mit kontrolliert biologisch produzierten Nahrungsmitteln in sozialer und ökologischer Hinsicht hochwertige und damit nachhaltige und im Sinne der Gemeinwohlökonomie zukunftsfähige Produkte an. Von der Förderung der ökologischen Erzeugung profitiert die Gesellschaft nicht zuletzt durch die positiven externen Effekte, wie reduzierte Umweltbelastungen, abwechslungsreiche Landschaftsbilder sowie die nachhaltige Bewahrung der Ressourcen Wasser und Boden.

Aber auch Armut und Hunger vor allem in Drittländern können durch die Ausdehnung der ökologischen Lebensmittelproduktion reduziert werden. Ein Hauptziel im ökologischen Anbau ist dabei der nachhaltige Aufbau von Bodenfruchtbarkeit durch Fruchtfolgen und organische Düngung. In Bezug auf eines der größten derzeitigen Probleme der Menschheit, nämlich die zunehmende Verknappung der fruchtbaren Flächen, nicht zuletzt auch bedingt durch Verwüstung und Erosion als Folge von Bodennutzung auf kurzfristige Maximalerträge abgezielt, bei gleichzeitigem Anstieg der Weltbevölkerung, sei auf die Wichtigkeit dieses Themas verwiesen.

Des Weiteren werden durch zusätzliche Fairtrade-Zertifizierungen und die Einführung von Sozialstandards zum einen faire Preise für die Erzeuger und auch humane Arbeitsbedingungen wie beispielsweise bei den erwähnten Projekten „Banafair“ oder „Kipepeo“ gewährleistet und verbreitet.

Wenn der Nutzenbegriff von regionalen fair erzeugten und gehandelten Bioprodukten im tatsächlichen gesellschaftlichen Endnutzen zu sehen ist, leisten wir durch den Verkauf dieser Produkte einen erheblichen Beitrag zum Klimaschutz, zur Regionalität, sowie zur Etablierung von Sozialstandards in der Lebensmittelproduktion. Unter anderem tragen wir dazu bei, dass die Ausdehnung des Einsatzes von Gentechnik in der Lebensmittelproduktion konsequent verhindert wird.

Mit unserer Initiative „Einzigartig“ verhindern wir, dass Obst und Gemüse, das unter den gleichen ökologischen Bedingungen gewachsen ist, wie genormtes, weggeworfen wird. Berichterstattungen über gesellschaftliche Wirkungen erfolgen über unsere Homepage, sowie über Artikel in namhaften Zeitschriften der Biobranche, wie „Biohandel“, „Schrot und Korn“, oder „Spatz“.

Wir stehen mit unserer Unternehmensphilosophie und der daraus resultierenden Wirtschaftsweise 100%ig für eine Erfüllung der neun grundlegenden Bedürfnisse des Menschen nach Manfred Max-Neef. Produkte, die allein Prestige aufzeigen, oder reine Luxusartikel handeln wir nicht.

Ökologisch produzierte Waren dienen wie oben beschrieben der Gesundheit des Einzelnen und sind wesentlich umweltverträglicher als konventionell hergestellte. Deshalb dienen diese Erzeugnisse und der Handel damit zu 100% der Entwicklung des Menschen, sowie dem Schutz unseres Planeten Erde und seiner Biosphäre.

Im September 2015 wurde von den Vereinten Nationen (UN) in der Agenda 2030 Ziele für eine globale nachhaltige Entwicklung festgelegt. Die Agenda möchte Grundlage dafür sein, weltweit wirtschaftlichen Fortschritt im Einklang mit sozialer Gerechtigkeit und im Rahmen der ökologischen Grenzen der Erde zu gestalten. Der Ökoring sieht sich zu hier verpflichtet, sein wirtschaftliches Handeln, sowie sein gesellschaftliches Wirken nach diesen Zielen auszurichten.

Der Ökoring arbeitet in vielfältiger Weise für das Gemeinwesen und engagiert sich in der Öffentlichkeitsarbeit für eine nachhaltige Wirtschaftsform und Lebensweise. Wie oben beschrieben unterstützen wir aber auch andere Initiativen und unsere Kunden darin. Dafür setzen wir uns jeden Tag ein. Wie viele Menschen wir dabei genau erreichen, kann man nicht benennen.

Wir befinden uns in einem ständigen Entwicklungsprozess, der sich an oben genannten Werten orientiert.

## Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Die Ökoring Handels GmbH bietet keinerlei menschenunwürdige Produkte oder Dienstleistungen an.



## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

### E2.1 Steuern und Sozialabgabe

Unsere Produktpalette umfasst im Wesentlichen Lebensmittel im Vollsortiment. Ergänzt ist das Sortiment mit ökologischen Hygiene- und Kosmetikprodukten, sowie anderen Produkten im Bereich Nonfood, die nach ökologischen Kriterien hergestellt werden. Durch den Verkauf von biologisch erzeugten Lebensmitteln sind wir eng verbunden mit dem wichtigsten Endnutzen für den Verbraucher, nämlich der Ernährung.

Zahlen 2017	
Umsatz	68.916.388 €
Effektiv gezahlte Ertragssteuer	56.840 €
Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber*innen	890.194 €
Unternehmensbezogene Förderung (DE-Minimis-Förderung)	4.000 €

Der ehrenamtliche Beitrag der Ökoring Handels GmbH hinsichtlich Gemeinwesen gestaltet sich vielseitig. Hier sollen einige unserer Partnerschaften und Projekte vorgestellt werden.

Der Ökoring ist Fördermitglied von Naturkost Süd e.V. und arbeitet in Kooperation dem BNN (Bundesverband Naturkost und Naturwaren), der BNN Pflanzenzucht, dem BUND Naturschutz, den Anbauverbänden Bioland und Biokreis, Naturland und Demeter, der Tollwood Stiftung, Bündnis Artgerecht München, der SÖL (Stiftung Ökologie und Landbau) und der Chiemgauer e.V., sowie Kultursaat e.V..

Der Ökoring arbeitet in Partnerschaft mit der Slow Food Organisation und setzt sich allgemein für das Bewusstsein der Bürger hinsichtlich nachhaltiger Ernährung ein. Der Ökoring ist Gründungsmitglied des Ernährungsrates Fürstenfeldbruck. Seit 2013 sind wir Mitglied im Verein zur Förderung der Gemeinwohlökonomie. Wir engagieren uns in der Lobbyarbeit für den Ökologischen Landbau und nehmen auch an zahlreichen Festen und Events mit Verkostungs- und Informationsständen u.a. zum Thema BioRegional aktiv teil.

Konkret haben wir 2017 folgende Projekte mit einer Geldspende unterstützt: Saat:Gut e.V., brotZeit für Kinder, Die Biobauern e.V., Wünschewagen in Bayern. Ökoring unterstützt das Naturland-Zelt auf dem Tollwood, die Initiative „Bayern summt“, Streuobstinitiative Hersbrucker Alb e.V. und das St. Benedict’s Hospital Ndanda, Tansania.

Wir engagieren uns auch stark an der Berufsvorbereitung junger Menschen durch das regelmäßige Angebot von einwöchigen Schülerpraktika, durch die Aufnahme von Praktikanten der FH und Universität Weihenstephan und die Betreuung von Projektarbeiten, sowie die Teilnahme am Traineeprogramm der Stiftung Ökologie und Landbau „training on the job“. Wir nehmen an Berufsinformationstagen in der Region teil und laden auch Schulen zu Betriebsbesichtigungen ein. Im Rahmen der Flüchtlingshilfe bieten wir Geflüchteten verschiedene Berufspraktika an.

Unser Engagement ist grundsätzlich gemeinwohlorientiert, auch wenn ehrenamtliches Engagement und unterstützende Arbeit immer auch positiv für unser Unternehmen ist: z.B. ist die Arbeit eines Trainee auch ein Gewinn für das Unternehmen selber.

Die unterstützende Arbeit in den verschiedenen Verbänden der Ökobranche, sowie branchennaher Initiativen wie Artgerecht München, Stiftung Ökologie und Landwirtschaft, Saat:gut e.V., Die Biobauern e.V., Bayern summt, Streuobstinitiative Hersbrucker Alb e.V. usw. fördert nachhaltig ökologische Landwirtschaft und nachhaltige und faire Wirtschaftswege. Durch die Unterstützung des BUND intensivieren wir unser überdurchschnittliches Engagement für den Umweltschutz. Wir unterstützen auch gerne Initiativen unterschiedlichster Art, die hilfsbedürftigen Menschen vielfältig zur Seite stehen: z.B. brotZeit für Kinder, Wünschewagen in Bayern oder das St. Benedict's Hospital Ndanda, Tansania. Insgesamt spendete die Ökoring Handels GmbH im Jahr 2017 insgesamt 10.558,33 € für gemeinnützige Zwecke.

## E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Vor 25 Jahren starteten wir unser Unternehmen mit dem Ziel ökologisch produzierte Lebensmittel zu vermarkten und damit regionalen Anbau zu fördern. Weltweit wollten wir Initiativen für biologische Produktion zu fairen Bedingungen unterstützen. Die Menschen in Bayern sollten mit diesen Erzeugnissen und Produkten versorgt werden. Unser Unternehmen wollte von Beginn an solidarisch wirtschaften und dem Gemeinwohl nützen. Unser Engagement für das Gemeinwohl ist Teil unserer Firmenphilosophie. Fortwährend arbeiten verschiedene AGs in regelmäßigen Teammeetings und Strategietreffen daran unsere Wirtschaftsweise und unser Handeln zu optimieren. So werden z.B. die Verbesserung der Arbeitsbedingungen von Mitarbeitern, die ökologischere Aufstellung des Fuhrparks, Verbesserungen am Gebäude oder die Sortimentsgestaltung hinsichtlich unserer Unternehmensphilosophie ständig neu diskutiert und Optimierungen auf den Weg gebracht.

Mit der BioRegionalen Partnerschaft zu dem Betrieb ‚Hasenberghof‘ haben wir z.B. durch Abnahmezusagen Jungbauern darin unterstützt, einen Bioland-Hühnerhof mit Bruderhahn-Eiern, ins Leben zu rufen.

Für soziale Einrichtungen, die unseren Mindestbestellwert von 480 € nicht erfüllen können, werden Ausnahmen gemacht: Sie dürfen für einen geringeren Mindestbestellwert von 300 Euro von uns frachtfrei beliefert werden.

Darüber hinaus bieten wir Hilfe bei der Wohnungssuche für Mitarbeiter (auch Ausländer, Asylbewerber und Flüchtlinge), sowie Sprachkurse für ausländische Mitarbeiter an.

## Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Wir sind eine mittelgroße GmbH und benötigen eine externe, staatliche Firmenprüfung. So ist die Gefahr von illegitimer Steuervermeidung oder Korruption sehr gering.

## Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Unsere Mitarbeiter sind an Gesetz und Recht gebunden. Sie müssen fair, uneigennützig und transparent handeln. Schon bei der Auswahl unseres Personals achten wir auf integrale Persönlichkeitsmerkmale. Unsere Mitarbeiter arbeiten in Teams. So greift insbesondere das Mehr-Augen-Prinzip (Beteiligung, bzw. Überprüfung durch Teammitglieder) und hilft so auch Korruption zu verhindern.

Die Abteilungsleiter üben ihre Dienstaufsicht konsequent aus. Diese umfasst eine aktive vorausschauende Personalführung und -kontrolle. In diesem Zusammenhang achten die Abteilungsleiter auf Korruptionssignale. Sie sensibilisieren bedarfsorientiert ihre Mitarbeiter für Korruptionsgefahren.

Wir spenden nicht an politische Parteien. Lobbyarbeit findet im Rahmen von Verbänden wie dem ‚Bundesverband Naturkost Naturwaren‘ (BNN) oder ‚Die Regionalen‘, die wiederum öffentlich genaue Auskunft über ihre Aktivitäten geben.

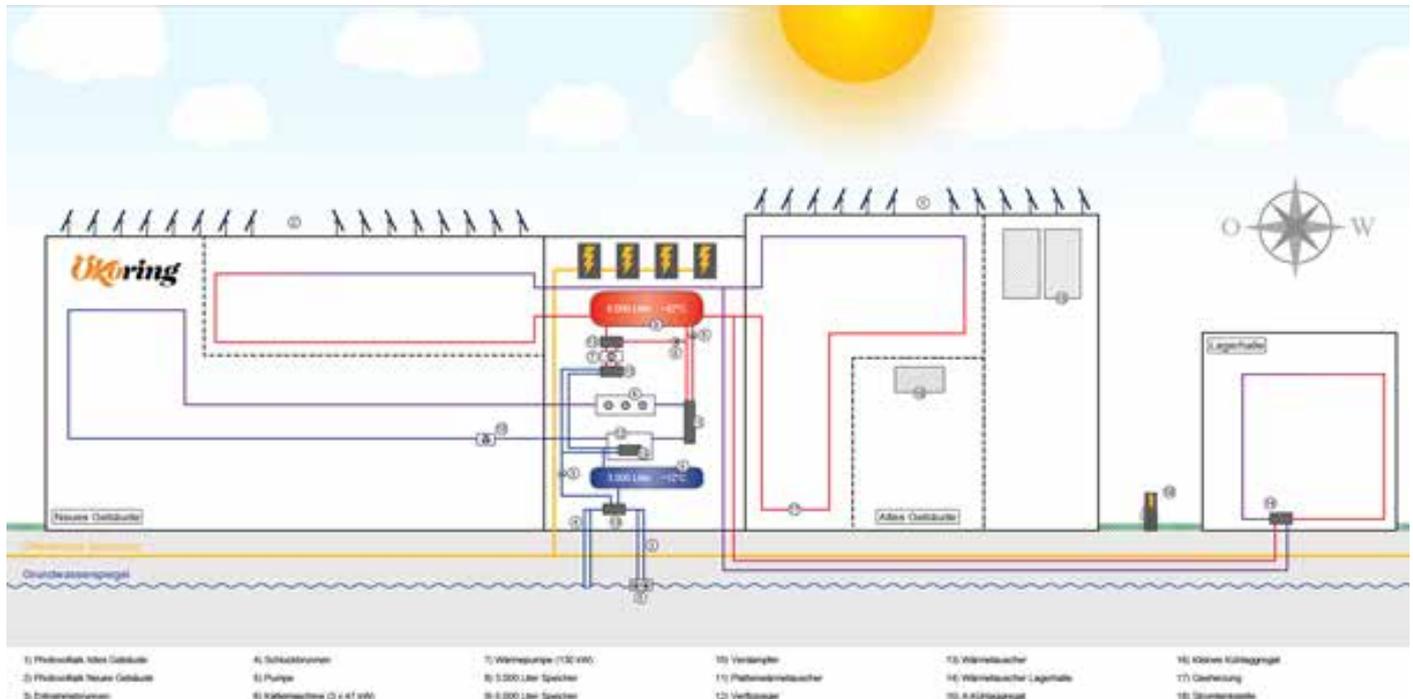
Es gibt kein festgelegtes Budget für soziale und gesellschaftliche Zwecke. Spenden werden von der Geschäftsführung genehmigt.



## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

### E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Die Ökoring Handels GmbH ist seit ihrer Gründung im Jahr 1993 kontinuierlich gewachsen. In Mammendorf bezog der regionale Großhandel 1999 erstmals ein eigenes Gebäude. Schon damals wurde die Abwärme der Kühlanlagen zum Heizen genutzt. Im Zuge der Betriebsvergrößerung kamen ab 2011 ein Neubau und ein großer Anbau hinzu, die das Kühlvolumen mehr als verdreifachten. 2014 wurde das Energiemanagement mit dem Einbau einer großen Solaranlage auf dem neuen Anbaudach vervollständigt. Bei der Energieversorgung setzt Ökoring erfolgreich auf zwei erneuerbare Ressourcen: Grundwasser und Sonnenenergie. Beide Energiequellen werden für alle Energiebereiche genutzt: zum Kühlen verschiedener Kühlzonen, zum Heizen von Büroräumen und Logistikhalle sowie zur Stromerzeugung weiterer Verbraucher, wie z.B. Kühlaggregate, eine Autostromtankstelle mit Schnellladestellen für Kunden, Partner und Lieferanten, Ladestationen für LKW und Gabelstapler und für die E-Bikes der Mitarbeiter. Durch die effiziente ökologische Energienutzung aus Grundwasser-Geothermie, Solaranlagen und Abwärme-Nutzung sind die Stromkosten trotz Ausbaus des Unternehmens nicht gestiegen.



Das Herzstück des Ökoring-Energiekonzeptes ist die Grundwasser-Geothermieanlage, die die Kühllhalle mit Kälte versorgt. Relevant bei der Anwendung von Geothermie ist, dass bilanziell der Strom für den Betrieb der ganzen Anlage regenerativ gewonnen wird. Dies wird bei Ökoring durch den unterstützenden Einsatz der Photovoltaikanlage sichergestellt.

Der wichtigste Grundsatz beim Thema Kühlen und Heizen ist, dass „Warm immer nur zu kalt fließt“, jedoch niemals umgekehrt. In der Konsequenz bedeutet Kühlen also Wärmeentzug und Heizen Wärmezuführung. Um ein Kältemittel abzukühlen, wird bei Ökoring das Grundwasser genutzt, welches im Gegensatz zur Außenluft immer eine konstante Temperatur von ca. 12°C besitzt. Dazu überträgt ein Sekundärwasserkreis, der in einem Pufferspeicher mit 3.000 Litern die Temperatur von 12°C speichert, die Wärme des Kältemittels an das Grundwasser. Das Grundwasser wird hochgepumpt, fließt durch den Wärmetauscher und wird sofort wieder in den Grund abgeführt – ohne Beeinträchtigung oder Verunreinigung. Dies führt zu einer Energieersparnis von rund 32%. Um das Ganze jedoch noch effektiver zu gestalten, nutzt Ökoring die Abwärme auch zur Warmwassererzeugung, fürs Heizen oder zur Erwärmung des Brauchwassers.

Um die Stromerzeugung der Photovoltaikanlagen bestmöglich auszunutzen, wird tagsüber die Kühlhalle um 1°C stärker gekühlt als notwendig, um nachts weitgehend auf eine aktive Kühlung verzichten zu können. Sollte der Heizbedarf in den Gebäuden höher sein, als die Kältemaschine an Abwärme produziert, wird mit der Wärmepumpe weitere Wärme erzeugt und in einem 5.000 Liter-Tank gespeichert.

Im Idealfall benötigt die Wärmepumpe genauso viel Wärmeenergie, wie die Kühlung als Überschuss produziert. Die Kühlung kann Wärme abgeben, die Wärmepumpe kann die abgegebene Wärmeenergie aufnehmen und an das Heizungswasser abgeben.

Durch den Einsatz erneuerbarer Ressourcen, durch Restwärmenutzung, mehrfache Pufferung und somit Energiespeicherung erzielt die Ökoring Handels GmbH einen CO<sub>2</sub>-neutralen Energiekreislauf, der für viele andere Gewerbebetriebe Vorbild sein kann.

Müllvermeidung und die möglichst gute Verwertung von Wertstoffen ist Ökoring ein wichtiges Bedürfnis. Im eigenen Unternehmen wird stetig daran gearbeitet, so viel Müll wie möglich zu vermeiden. Für den Transport z.B. werden gerade nach und nach unsere Rollwägen mit abnehmbaren Kunststoffwänden ausgestattet, um die nötige Plastikfolie beim Packen stark zu reduzieren.

Auch aus diesem Grunde bieten wir unseren Ladnern auch ein spezielles ‚unverpackt‘ Sortiment an.

Die Büros wurden komplett mit Vollholzmöbeln und nachhaltigen Materialien ausgestattet. Im Büro wird Recyclingpapier der Firma memo verwendet. Werbemedien werden auf Papier im FSC-Standard und mit CO<sub>2</sub> reduzierter Druckqualität durch Verzicht auf Alkohol gedruckt. Zum Großteil werden für die Reinigung der Büro- und Lagerräume ökologische Reinigungsmittel verwendet.

Wo möglich, werden bei der Auslieferung der Produkte bepfandete Kisten verwendet z.B. Steco- und Napfkisten (Obst und Gemüse), Styroporkisten (Wurst und Fleischwaren), Boxen aus Polypropylen mit kompostierbaren Verpackungschips (Kosmetik), um Müll zu reduzieren. Mülltrennung erfolgt nach Kartonagen, Holz, Glas, Kunststoffe, Siedlungsabfall, verpackte und unverpackte Lebensmittel.

In Bezug auf den Transport werden durch eine optimierte Tourenplanung, sowie die Möglichkeit, Aufträge von zwei oder mehr Kunden an eine Lieferadresse zu bringen, die Transportwege reduziert. Ohne Einschränkung der Kunden hinsichtlich deren Wünsche zu Anlieferbedingungen ist bei der Logistikoptimierung keinerlei weiterer Spielraum.

Beim Bezug der Produkte werden klar regionale Produkte bevorzugt. Die Initiative „Bio-Regional“ ermöglicht auch eine aktive und attraktive Verkaufunterstützung. Mit dem Handel von regionalen Bioprodukten werden u.a. die Transportwege reduziert.

## E3.2 Relative Auswirkungen

Hinsichtlich der Reduktion von ökologischen Auswirkungen spielen für die Großhandelsbranche folgende Punkte eine wesentliche Rolle: Zunächst der Bezug von ökologisch einwandfrei erzeugten Produkten möglichst aus der Region, zum andern der Transport der Produkte, sowie die Lagerung der Produkte. Als reiner Großhandel spielt dahingegen für uns Verarbeitung oder Verpackung der Handelswaren keine Rolle. Dies erfolgt bereits bei den Herstellern.

Die Unternehmensphilosophie beinhaltet eine Stellungnahme zum Umweltschutz und bezeugt somit den hohen Stellenwert.

## Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

In der Ökoring Handels GmbH gibt es weder Verstöße gegen Umweltauflagen, noch unangemessene Umweltbelastungen.



## E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

### E4.1 Transparenz

Prinzipiell gilt: Je größer das Unternehmen ist, desto höher ist die Bewertung der wirklichen Mitbestimmung im Vergleich zur Transparenz.

Mitarbeiterzahl	Gewichtung Transparenz	Gewichtung Mitbestimmung
44228	1 €	0,2
44472	1 €	0,3
18568	1 €	0,4
51-250	1 €	0,5
251-1.000	0 €	0,6
Über 1.000	0 €	0,7

Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette unserer Produkte von der Erzeugung bis zum Konsum ist für uns als regionaler Naturkostgroßhändler essentiell. Wir arbeiten mit aufgeklärten, anspruchsvollen Kunden, die über die Art und Weise der Produktionsbedingungen umfassende Informationen fordern.

Mit diversen Mitbewerbern der Naturkostgroßhandelsbranche innerhalb Deutschlands erfolgt ein regelmäßiger Know-how Austausch untereinander, sowie eine detaillierte Offenlegung von unternehmerischen Kennzahlen. Es werden hier auch Kosten- und Erlösinformationen transparent gemacht.

Im Großhandelsbereich arbeitet man mit zwei großen direkten Berührungsgruppen – den Kunden (Ladner, Gastronomen, Lieferservice, soziale Einrichtungen etc.) sowie mit den Lieferanten. Eine enge Zusammenarbeit mit den Lieferanten erfolgt über die Anbauabsprachen und Jahresplanungen, sowie über die strategischen Jahresgespräche zwischen Einkäufer und Hersteller.

Die Kunden werden direkt in die Produktlistungen einbezogen, durch beispielsweise die Etablierung eines Testmarktes für Neuprodukte, sowie die allgemeine Erfassung der Kundenzufriedenheit über Befragungen, Messe- oder Außendienstberichte. Durch unsere Mitgliedschaft im Bildungsnetzwerk Naturkost bieten wir unseren Kunden eine zahlreiche Auswahl an praxisnahen und spezifischen Seminaren an. Auch Exkursionen zu unseren Lieferanten organisieren wir immer wieder gerne. Denn unsere Kunden werden dadurch weiter eingebunden und lernen gemeinsam mit unseren Mitarbeitern auch die Lieferanten persönlich kennen. Miteinander können sie sich ein eigenes Bild der Produktionsbedingungen machen. Selbstverständlich laden wir auch zu Besuchen und Führungen in unserem Haus gerne ein. Wir freuen uns, wenn wir unseren Kunden unsere Prozesse direkt vor Ort veranschaulichen können. Zudem fungieren wir auch als Kommunikationsübermittler von den Kunden an die Lieferanten z.B. durch unmittelbare Weitergabe der Kundenfeedbacks bzgl. Produktqualität.

Seit 2003 nimmt Ökoring kontinuierlich am BNN-Monitoring für Obst und Gemüse im Naturkosthandel teil, zudem seit 2012 am BNN-Monitoring für das Trockensortiment. Das BNN-Monitoring ist ein zusätzliches und unternehmensübergreifendes Qualitätssicherungssystem der Naturkost-Importeure und –Großhändler. Durch den Austausch von Pestizidanalysen mit Kenntnis der Lieferantennamen ist das Monitoring weltweit einzigartig transparent. Das BNN-Monitoring beinhaltet:



- Ergänzung der gesetzlich vorgeschriebenen Prozesskontrolle durch Pestizidanalysen
- Monatliche risikoorientierte Probenziehung durch die teilnehmenden Unternehmen
- Minimierung von Pestizidnachweisen durch Ursachenrecherche und nachfolgende Verbesserungen in Anbau, Transport, Lagerung und/oder Verarbeitung

Unsere GWÖ-Berichte von 2011 und 2013 informieren transparent und detailliert über die betrieblichen Verhältnisse und Strukturen.

Ökoring Handels GmbH ist aktives Mitglied im Verband „Naturkost Süd“, beim „Bildungsnetzwerk Naturkost“, den Bio-Großhändler-Verband „Die Regionalen“, in der Einkaufsgenossenschaft „Hogast“, den „Bio-Hotels“, dem „Ernährungsrat Landkreis Fürstfeldbruck“ usw. Das Engagement in den verschiedenen Verbänden und Verbänden ermöglicht es uns, unserer Philosophie stärker Ausdruck verleihen zu können und die gemeinsamen Werte, die die Verbände tragen, gesellschaftlich zu etablieren.

## E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Ökoring Handels GmbH ist aktives Mitglied im Verband „Naturkost Süd“, beim „Bildungsnetzwerk Naturkost“, den Bio-Großhändler-Verband „Die Regionalen“, in der Einkaufsgenossenschaft „Hogast“, den „Bio-Hotels“, dem „Ernährungsrat Landkreis Fürstfeldbruck“ usw. Das Engagement in den verschiedenen Verbänden und Verbänden ermöglicht es uns, unserer Philosophie stärker Ausdruck verleihen zu können und die gemeinsamen Werte, die die Verbände tragen, gesellschaftlich zu etablieren.

## Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

In der Ökoring Handels GmbH wird weder Intransparenz gefördert, noch bewusste Fehlinformation verbreitet.

## Ausblick

### Kurzfristige Ziele

Als kurzfristiges Hauptziel dient uns die Gemeinwohl-Bilanz einer weiteren Status Quo Analyse unserer bisherigen Gemeinwohlleistungen, sowie die Nachweisbarkeit und Belegbarkeit dieser durch Dokumentation. Diese Status Quo Analyse nutzt zum einen dem betriebsinternen Qualitätsmanagement durch die Erfassung aller bereits vorhandener Leistungen in schriftlicher Form und erleichtert auch die Außendarstellung im Marketingbereich durch die Transparenz der im Ökoring bereits initiierten Gemeinwohlleistungen. Durch die Bilanzierung werden sowohl unternehmensinterne Schwachpunkte in Bezug auf Gemeinwohlleistungen aufgedeckt, als auch bereits sehr gemeinwohlorientierte Bereiche herausgestellt.

### Langfristige Ziele

Das wichtigste Ziel für uns auf lange Sicht ist die Ableitung von unternehmensinternen Optimierungsprozessen hinsichtlich unserer Gemeinwohlleistungen. Wir fassen die Gemeinwohlökonomie als Prozess auf, bei dem für uns auch der Weg zum Teilziel wird.

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

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

### Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Für die Erstellung des Gemeinwohl-Berichts wurde eine fünfköpfige Projektgruppe aus unterschiedlichen Abteilungen gegründet (Christoph Weigl (Geschäftsführung), Thomas Börkey-Biermann (Geschäftsführung), Sonja Denk (Verkauf), Vanessa Kistner (Qualitätsmanagement), Angelika Börkey (Marketing)). Die Projektgruppe hat sich im laufenden Jahr 2018 monatlich zu Gemeinwohlökonomie-Besprechungen getroffen. In der Summe wurden für den redaktionellen Teil ca. 300 Akh benötigt. Auch ist weiterhin geplant, dass die Projektgruppe sich regelmäßig trifft, um den Status-Quo der gesetzten Nachhaltigkeitsziele zu prüfen.

Datum: Oktober 2018