

ÖKoring

Der Beratergroßhandel
Die Bio-Gastro-Pioniere

Gemeinwohlökonomiebericht

2022



Inhalt

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	5
Kurzpräsentation des Unternehmens	6
Produkte / Dienstleistungen	8
Das Unternehmen und Gemeinwohl	10
Testat	11
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	12
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	12
Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	24
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	24
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen	24
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette ..	31
Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	36
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	36
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	36
Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	41
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	42
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen	42
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	43
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	45
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung	45
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	46
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen	46
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	47
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	47
Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmitteln	49
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	50

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen	50
B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung.....	52
Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	53
B4 Eigentum und Mitentscheidung	53
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	53
Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme	54
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	54
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur.....	54
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz	58
C1.3 Diversität und Chancengleichheit	60
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	63
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes	63
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit.....	64
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance	66
Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	67
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	67
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit	67
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz	69
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung	70
Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens	72
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	72
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz	73
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte	73
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden.....	74
Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates	75
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	75
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen.....	75
D1.2 Barrierefreiheit.....	83

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen	86
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	87
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen	87
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen	91
Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	92
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	92
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)	92
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)	96
Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen	96
D4 Kund:innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	97
D4.1 Kund:innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung	97
D4.2 Produkttransparenz.....	97
Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....	98
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	99
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben..	99
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	104
Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	105
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	105
E2.1 Steuern und Sozialabgaben.....	105
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	106
Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung	120
Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention.....	120
Unsere Mitarbeitenden sind an Gesetz und Recht gebunden. Sie müssen fair, uneigennützig und transparent handeln. Schon bei der Auswahl unseres Personals achten wir auf integrale Persönlichkeitsmerkmale. Wir arbeiten in Teams. So greift insbesondere das Mehr-Augen-Prinzip (Beteiligung, bzw. Überprüfung durch Teammitglieder) und hilft so auch Korruption zu verhindern.	120

Die Abteilungsleiter üben ihre Dienstaufsicht konsequent aus. Diese umfasst eine	120
aktive vorausschauende Personalführung und -kontrolle. In diesem Zusammenhang achten die Abteilungsleitenden auf Korruptionssignale. Sie sensibilisieren bedarfsorientiert ihre Mitarbeiter für Korruptionsgefahren.	120
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.	120
Es gibt kein festgelegtes Budget für soziale und gesellschaftliche Zwecke. Spenden werden von der Geschäftsführung genehmigt.	120
In der Ökoring Handels GmbH wird keine Korruption geduldet. Uns sind derartige Vorfälle nicht bekannt.	120
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	120
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie	120
E3.2 Relative Auswirkungen.	126
Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	127
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	127
E4.1 Transparenz	127
Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung	128
Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	129
Ausblick	130
Kurzfristige Ziele	130
Langfristige Ziele	132
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)	133

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Ökoring Handels GmbH

Rechtsform: Gesellschaft mit beschränkter Haftung

Website: www.oekoring.com

Branche: Großhandel

Firmensitz: Mammendorf

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 144 (2020); 152 (2021)

Vollzeitäquivalente: 123,61 (2020); 127,41 (2021)

Umsatz: 87 Mio. € (2020); 89 Mio. € (2021)

Tochtergesellschaften:

Leergut Logistik Mammendorf GmbH (zur Leergut- und Müllentsorgung),

Zu 100% verbundene Unternehmen:

Logistik: BIQ-Transport GmbH & Co. KG, BIQ-Logistik GmbH, Keil

Kühltransporte, Grüne Frische: Ögema GmbH (für Import von frischem Obst und

Gemüse) Berichtszeitraum: 2020/ 2021



Kurzpräsentation des Unternehmens

Die Ökoring Handels GmbH ist der Bio-Großhändler vor den Toren Münchens.

Wir verstehen uns als Beratergroßhandel. Seit 1993 beliefern und unterstützen wir Naturkostläden, Hofläden, Produzierende, Abo- und Ökokistenbetriebe, Kantinen, Hotels, Gastronomie, Schulen, Kindergärten sowie soziale und kirchliche Einrichtungen zuverlässig, ganz nach unserem Firmenleitspruch:

„Eine Verbindung, in der jede:r zählt“

Diesen leben wir tagtäglich. Der enge Kontakt und der respektvolle, partnerschaftliche Umgang mit unseren Kund:innen, als auch mit unseren Lieferant:innen hat höchste Priorität im Tagesgeschäft. Wir fühlen uns als Glied in der regionalen und globalen Lebensmittel-Wertschöpfungskette in hohem Maß verantwortlich für unsere Natur und Gesellschaft. Mit unserer Arbeit sind wir bestrebt, diese aktiv und nachhaltig mitzugestalten.

Mit rund 150 Mitarbeiter:innen versorgen wir den Raum Bayern, Südtirol und Teile Österreichs mit frischer Bio-Ware von höchster Qualität. Das Sortiment umfasst über 12.000 Bioartikel und erstreckt sich über die Bereiche Obst, Gemüse, Molkereiprodukte, Trockenware, Fleisch und Wurst, Tiefkühlware, Getränke, Wein, Naturkosmetik sowie Hygiene- und Haushaltsartikel.

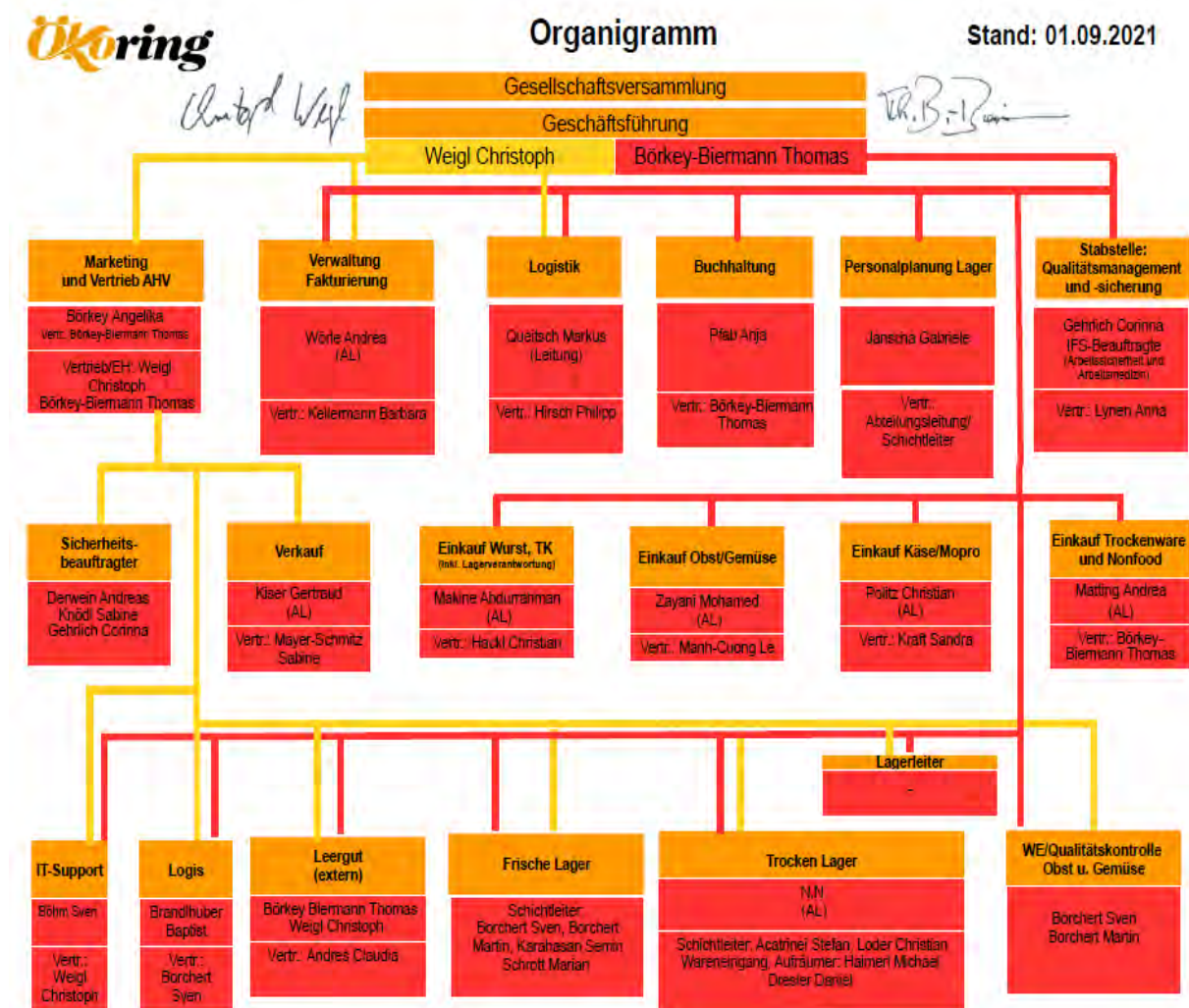
Als BioRegionaler Großhandel in Bayern stehen für uns:

- der ökologische Landbau,
- klimaverantwortliches Handeln und
- die Regionalität der Produkte an erster Stelle.



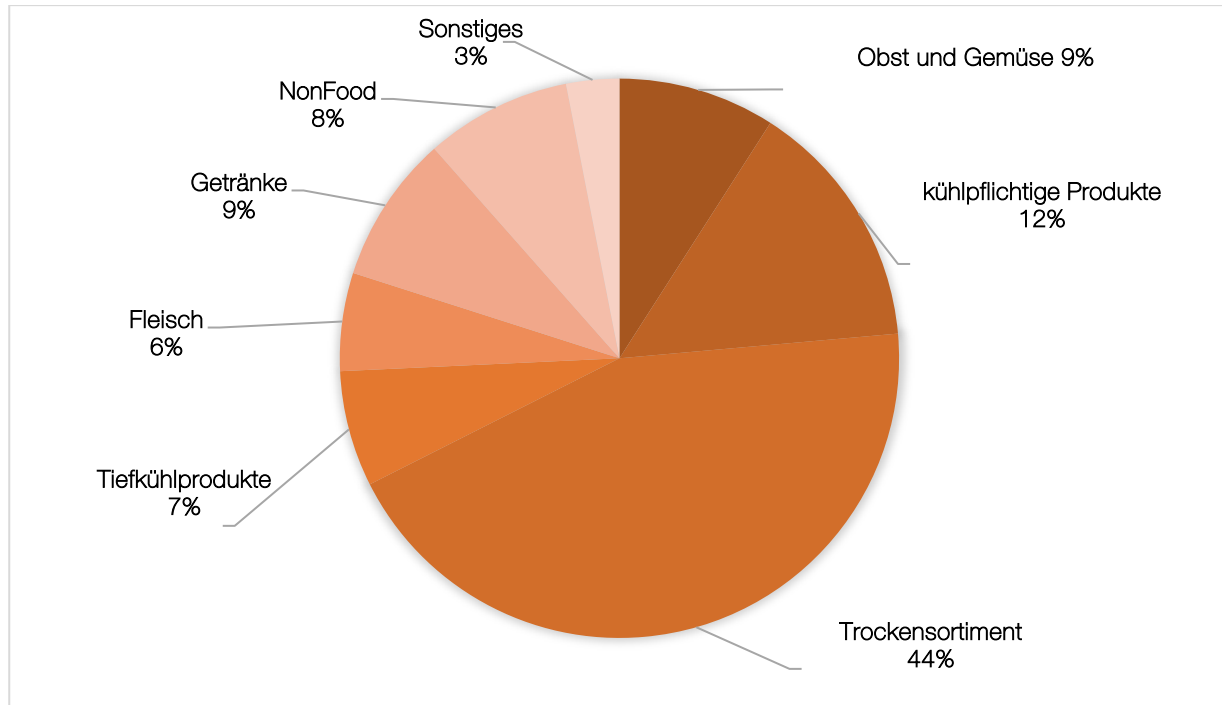
Auch global übernimmt Ökoring Verantwortung und arbeitet mit all seinen Handelspartner:innen an einer fairen, kontrolliert ökologischen und damit nachhaltigen Wertschöpfungskette - von der Herstellung bis zum/ zur Konsument:in.

Unsere Firmenstruktur ist wie folgt aufgegliedert:

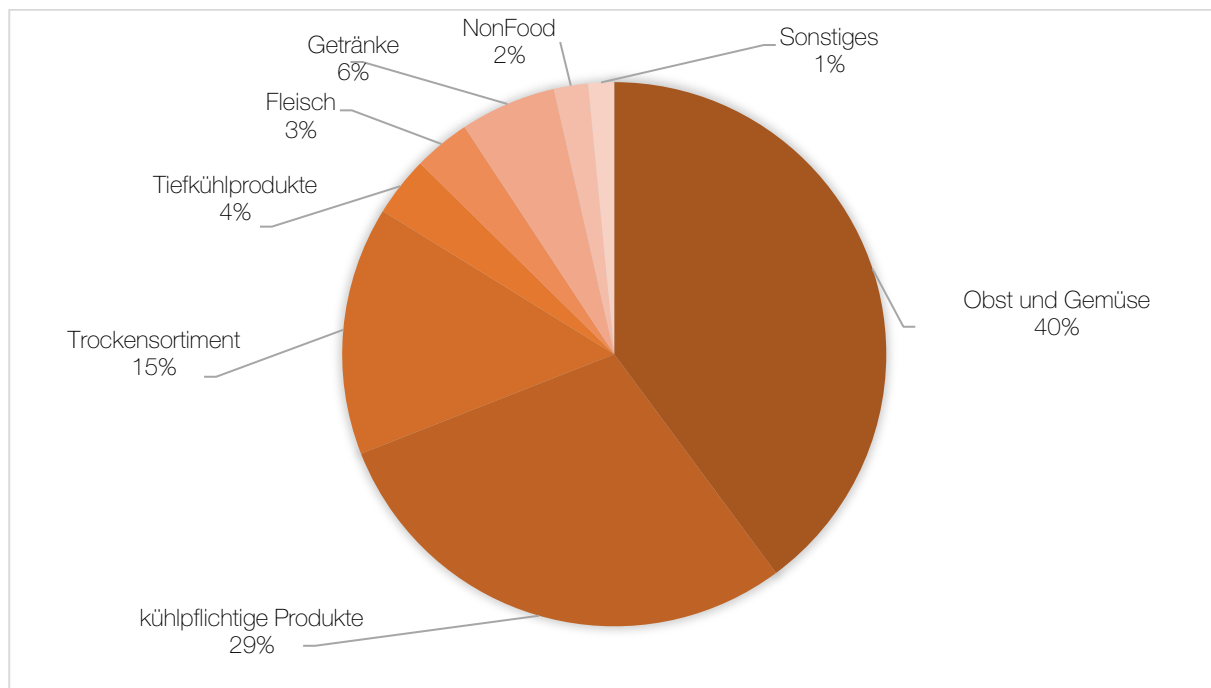


Produkte / Dienstleistungen

Unser Sortiment umfasst circa 12.000 Artikel, die sich in die folgend dargestellten Warengruppen aufteilen:



Nach Umsatz betrachtet, verteilen sich die Anteile der verschiedenen Warengruppen im Jahr 2021 wie folgt:



Mit 40 % generieren wir den überwiegenden Umsatz mit frischem Obst und Gemüse.

Über unser Warensortiment hinaus verstehen wir uns als Beratergroßhandel. D.h. wir unterstützen unsere Kund:innen beispielsweise mit folgenden Dienstleistungen und Know-how:

- Beratung in den Bereichen Umstellung auf Bio-Lebensmittel
- Beratung Sortimentsgestaltung
- Beratung Ladengestaltung
- Unterstützung Marketing

Bei diesen Dienstleistungsangeboten ist stets die Autonomie der Kund:innen gewahrt , d.h. weder Sortimente, noch Marketingpakete sind verpflichtend zu beziehen. Diese Dienstleistung ist in unseren Service-Leistungen inbegriffen und für unsere Kunden völlig unentgeltlich. Hierfür nehmen wir kein Honorar.



Das Unternehmen und Gemeinwohl

Der Ansatz der Gemeinwohlökonomie zur Bewertung der nachhaltigen Leistungen von Unternehmen für Gesellschaft und Umwelt dient uns als roter Faden für unsere betriebliche Weiterentwicklung. Seit 2013 sind wir Mitglied im Gründungsverein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie in Wien. Bereits 2013, 2015 und 2019 erstellte die Ökoring Handels GmbH eine Gemeinwohlbilanz und wurde extern auditiert. Seit Gründung des Gemeinwohl-Ökonomie Bayern e.V. 2015 sind wir zusätzlich auch dortiges Mitglied. Unser Geschäftsführer Herr Thomas Börkey-Biermann berichtet als Multiplikator regelmäßig auf Veranstaltungen, wie dem von der Gemeinwohlökonomie (GWÖ) veranstalteten Unternehmerfrühstück vom Mehrwert sowie seinen Erfahrungen mit der GWÖ-Bilanzierung.

Gemeinwohlökonomie zu leben, heißt für uns im Detail:

- Die Förderung der Regionalität und damit den Erhalt von regionalen Arbeitsplätzen und Kulturlandschaften, sowie die Bewahrung handwerklicher Tradition und bäuerlicher Strukturen. Dazu sind wir seit Firmengründung mit verschiedensten Projekten, sowie mit Aufklärungs- und Bildungsarbeit tätig, wie im folgenden Bericht dargestellt.
- Im globalen Handel fördern wir nach Möglichkeit fair gehandelte Waren und stärken so soziale Werte (Solidarität, soziale Gerechtigkeit, demokratische Teilhabe) auch in strukturarmen Ländern.
- Durch ökologische Erzeugung soll langfristig der Ressourcenverbrauch auf ein global nachhaltiges Niveau gesenkt werden.

Unsere Kontaktpersonen für die Gemeinwohlökonomie im Unternehmen sind:

- Christoph Weigl (Geschäftsführung) c.weigl@oekoring.com
- Thomas Börkey-Biermann (Geschäftsführung) t.biermann@oekoring.com
- Lea Bohn (Vertrieb und Wertvoll Handel(n)) l.bohn@oekoring.com
- Angelika Börkey (Marketing) a.boerkey@oekoring.com

Testat



**GEMEINWOHL
ÖKONOMIE** Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl- Bilanz	Ökoring Handels GmbH	
	M5.0 Vollbilanz	2020-2021	Auditor*In: Gitta Walchner Roland Wiedemeyer	
Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 40 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 50 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 80 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 40 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ- PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 50 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 40 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 60 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 30 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen: 80 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 70 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 70 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 80 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 70 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 30 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 50 %
Testat gültig bis: 30.09.2024			BILANZSUMME: 578	

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.

TestatID: x1j9n

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Als regionaler Großhandel für Bio-Lebensmittel mit Vollsortiment bieten wir unseren Kund:innen eine breite Produktpalette von aktuell ca. 12.000 unterschiedlichen Bio-Artikeln an. Bei der Sortimentsgestaltung werden von unseren Einkäufer:innen verschiedene Aspekte berücksichtigt:

- Regionalität,
- Verbands-Qualität,
- Verpackung,
- Unternehmensphilosophie,
- Mehrwert für die Gesellschaft.

Das Ziel ist, unser Voll-Sortiment stets nach dem Zeitgeist, dem regionalen und globalen Angebot sowie dem Bedarf unserer Kund:innen zu bereinigen und zu ergänzen, sofern die Produkte zu unserer Firmenphilosophie passen. Dabei ist die Erzeugung nach den streng kontrollierten Richtlinien der EG-ÖKO-VO Mindeststandard, um bei uns gelistet zu werden. Unser Hauptaugenmerk liegt auf Waren in Verbands-Qualität (ca. 50%). Zu den wichtigsten Bio-Verbänden zählen für uns Biokreis, Bioland, Naturland und Demeter, deren strengere Vorgaben und vermehrten Kontrollen erheblich zum Wohle von Mensch, Tier und Umwelt beitragen.

Wir arbeiten nach der Prämisse „global denken, lokal handeln“. So arbeiten wir nicht nur mit regionalen Lieferant:innen zusammen, sondern pflegen ebenso wertvolle Lieferbeziehungen mit Erzeuger:innen in Europa und über die kontinentalen Grenzen hinaus. Um auch hier sicherstellen zu können, dass Produkte aus Ländern mit niedrigeren oder keinerlei Sozialstandards unter menschenwürdigen Bedingungen produziert werden, können uns verschiedene Zertifizierungen, welche einen fairen Handel garantieren, Absicherung geben. Das bekannteste darunter ist das Fairtrade-Siegel. In unserem Sortiment führen wir aktuell 92 Artikel aus den Bereichen Kaffee, Tee, Zucker, Kakao und Schokolade, Reis, Vanille sowie diverse Nuss-Produkte und Textilien mit einer solchen Zertifizierung. Diese stehen unseren Kund:innen in einer gesonderten Sortimentsliste über unserem Onlineshop zur Verfügung.



FairTrade: „Das **Fairtrade-Siegel** wird in Deutschland von TransFair e.V. vergeben. Die Vergabe ist an eine Reihe von Kriterien geknüpft, die von der **FLO** (Fairtrade Labelling Organisations International) entwickelt und festgelegt werden. Zu den Kriterien zählen unter anderem der direkte Handel ohne Zwischenhändler:innen, Vorfinanzierung und langfristige

Lieferbeziehungen, ökologische Standards, garantierte Mindestpreise und die so genannte Fairtrade-Prämie. Das Fairtrade-Siegel steht für fair angebaute und gehandelte Produkte, bei dem alle Zutaten zu 100 Prozent unter Fairtrade-Bedingungen gehandelt sind und physisch rückverfolgbar sind.“ (<https://www.fairer-handel-aktuell.de/2012/11/12/nachhaltige-und-fair-trade-siegel/>)

Beispiele für **Fairtrade** zertifizierte Produkte in unserem Sortiment:



fairfood Freiburg

Paranuss natur fairtrade

Faire Bio-Nüsse direkt importiert aus dem Anbauland. In Freiburg nachhaltig verpackt im wiederverwendbaren Pfandglas.
nicht lieferbar auf unbestimmte Zeit

ArtNr. 411361

 Lagerartikel

[Datenblatt](#)

Zutaten
Fairtrade PARANUSSE*****

Zollrechtliche Herkunft
Deutschland (DE)

Lager- und Aufbewahrungshinweis
Trocken lagern, vor Licht und Wärme schützen



SOMMER

Fair Trade Kokos

mit 25 % Kokosraspeln

ArtNr. 362880

 Lagerartikel

[Datenblatt](#)

Kurzbeschreibung
FAIRTRADE Dinkel Kokos - Kekse

Zutaten
DINKELMEHL* (35%), Kokosraspeln* (25%), Rohrohrzucker*, ungehärtetes Palmöl*, Bourbon-Vanille*, Meersalz

Zollrechtliche Herkunft
Deutschland (DE)

enthält folgende allergene Zutaten: Gluten

Darüber hinaus existieren auf dem Markt mittlerweile viele weitere Siegel, welche den fairen Handel garantieren. In unserem Sortiment sind Produkte mit folgenden weiteren Siegel zu finden:



Naturland Fair: „Naturland Fair“ ist das Fairhandels-Siegel von Naturland. Naturland hat es in enger Zusammenarbeit mit den Fairhandelshäusern entwickelt und weltweit geltende Fair Trade-Richtlinien festgelegt. Bestehende Standards, wie die von **FINE**, der internationalen Dachorganisation des Fairen Handels, galten in der Entwicklung der Naturland Fair Richtlinien als Mindestanforderungen. Mehr hierzu auf der [Homepage von Naturland](https://www.fairer-handel-aktuell.de/2012/11/12/nachhaltige-und-fair-trade-siegel/).“ (<https://www.fairer-handel-aktuell.de/2012/11/12/nachhaltige-und-fair-trade-siegel/>)

Naturland zertifiziert dabei nicht nur Produkte aus dem globalen Süden, sondern bringt den Fair-Gedanken auch in unsere Region. Sie zertifizieren auch heimische Produkte, wie beispielsweise die Molkerei Berchtesgadener Milch aufgrund deren fairer Bezahlung der Milchbauern.

Beispiele für **Naturland Fair** zertifizierte Produkte in unserem Sortiment:

Berchtesgadener Land Bio

Cremiger Naturjoghurt 3,8%
herrlich cremig gerührt, mit wertvollen Biogarde-Markenkulturen

ArtNr: 201115

Datenblatt

Zutaten
JOGHURT mild*, **, mind. 3,8% Fett
enthält folgende allergene Zutaten: Milch

Zollrechtliche Herkunft
Deutschland (DE)

Herstellung
cremig gerührt

Legende
- 1 +

Berchtesgadener Land Bio

ESL Alpenmilch 3,5%
nur mit heißem Wasserdampf schonend pasteurisiert, homogenisiert

ArtNr: 200152

Datenblatt

Zutaten
VOLLMILCH*, **, Enzym Laktase
enthält folgende allergene Zutaten: Milch

Zollrechtliche Herkunft
Deutschland (DE)

Allgemeines
Bio-Frischmilch aus bester Alpenmilch mit 3,5% Fett

Legende
- 1 +



Fair for life: „IMO – Fair for life: Das Institut für Marktökologie (IMO) ist eine Bio-Kontrollstelle und gehört zur **Schweizer Bio-Stiftung**. Mit ihr hat IMO 2006 einen eigenen Fair Trade-Standard entwickelt. Der Standard lehnt sich eng an die Richtlinien von **Fairtrade International (FLO)** an. Die Zertifizierung beschränkt sich dabei nicht nur auf die Produzent:innen, sondern bezieht alle Akteure der Wertschöpfungskette mit ein.“ (<https://www.fairer-handel-aktuell.de/2012/11/12/nachhaltige-und-fair-trade-siegel/>)



Baby Bananen getrocknet

Banane getrocknet, Rohkost
solargetrocknet & fair gehandelt, aus Ostafrika

ArtNr. 403020



Datenblatt



Zutaten
Banane getrocknet

Zollrechtliche Herkunft
Tansania (TZ)



Ananasstücke getrocknet

Ananas getrocknet, Rohkost
solargetrocknet & fair gehandelt, aus Ostafrika

ArtNr. 403010



Datenblatt



Zutaten
Ananas getrocknet

Zollrechtliche Herkunft
Tansania (TZ)



FairTSA: „FairTSA hat Control Union Certifications als Auditierungsinstanz für den FairTSA Standard gewählt. FairTSA wurde gegründet, um einen praktischen Standard bereitzustellen, der allen Beteiligten klare, sinnvolle Vorgaben macht, um Vertrauen in Produkte mit dem FairTSA-Siegel herzustellen.“

(<https://certifications.controlunion.com/de/certification-programs/certification-programs/fairtsa-trade-sustainability-alliance>)



Voelkel

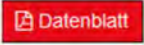
Fairer Eistee Pfirsich Zitrone

Fair Trade

ArtNr: 712658



Lagerartikel

 Datenblatt








Voelkel

Fair to go Orange Mango Maracuja

Die faire Flasche für die Tasche

ArtNr: 712832



Lagerartikel

 Datenblatt







Kurzbeschreibung
Bio Mehrfruchtsaft mit Orange Mango und Maracuja.

Zutaten
Orangensaft** 72%, Mangomark** 25%, Maracujasaft* 3% .

Zollrechtliche Herkunft
Deutschland (DE)



Hand in Hand: „Das Siegel „**Hand in Hand**“ ist das firmeneigene Fairhandels-Siegel von **Rapunzel**. Es wird nur von Rapunzel oder mit der ausdrücklichen Genehmigung von Rapunzel auf Produkten verwendet, deren Zutaten zu über 50% von „Hand in Hand“-Lieferanten stammen und zu „Hand in Hand“-Konditionen bezogen wurden. Es ist gleichzeitig ein **Bio-Siegel**. Die Gegenüberstellung der „Hand in Hand“-Standards und FLO-Standards gibt es auf der [Rapunzel-Homepage](https://www.fairer-handel-aktuell.de/2012/11/12/nachhaltige-und-fair-trade-siegel/).“ (<https://www.fairer-handel-aktuell.de/2012/11/12/nachhaltige-und-fair-trade-siegel/>)



Rapunzel

Rohrzucker, Cristallino

Wir machen Bio aus Liebe.
NOP/HH

ArtNr. 631054

25 kg



Lagerartikel

 **Datenblatt**





Kurzbeschreibung
Kristalliner Rohrzucker mit angenehm mildem Geschmack - fair gehandelt von Rapunzel HAND IN HAND-Partnern. Der

Zutaten
Rohrzucker*

Zollrechtliche Herkunft
Paraguay (PY)



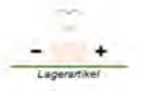
Rapunzel

Zartbitterkuvertüre geraspelt

Wir machen Bio aus Liebe.

ArtNr. 640220

12.50 kg



Lagerartikel

 **Datenblatt**





Kurzbeschreibung
Großbinde geraspelte Zartbitterkuvertüre HAND IN HAND mit Lecithin und Rapadura Vollrohrzucker.

Zutaten
Zucker* (Vollrohrzucker*, Rohrzucker*), Kakaomasse*, Kakaobutter*, Emulgator: SOJALECITHIN*

Zollrechtliche Herkunft
Deutschland (DE)

Als Vollsortimenter haben wir den Anspruch unseren Kund:innen ein breites Produktportfolio zu bieten. Exklusivität oder exotisch attraktive Produkte können dabei eine wichtige Rolle spielen und die Entscheidung einer Zusammenarbeit beeinflussen. Wenn Ware weite Transportwege nehmen muss oder gar mit dem Flugzeug transportiert wird, sind wir uns ob der ökologischen Auswirkungen bewusst. Durch die gezielte Zusammenarbeit mit verantwortungsvollen Projekten weltweit sehen wir diese Handelsbeziehungen allerdings als global wichtig und vertretbar.

Die sogenannte Flugware, die per Flugzeug zu uns gelangt, macht nur einen geringen Anteil (2021 0,0005 % vom Umsatz) aus. Diese stammen zum Großteil aus ausgewählten FairTrade-Projekten, wie der Kipepeo Bio & Fair GmbH. Kipepeo ist ein deutsches Handelsunternehmen und Partner von ostafrikanischen Kleinbauern und deren Kooperativen. Sie arbeiten nach den Grundsätzen des "Fairen Handels" und bringen zertifizierte ökologisch angebaute tropische Früchte und Gewürze von Kleinbauern direkt auf den europäischen Naturkostmarkt. Es ist uns ein Anliegen auch international Kleinbauern und -bäuerinnen zu unterstützen. Deshalb sind in unserem Sortiment folgende Artikel aus dem Kipepeo Projekt zu finden: Ananas, Avocado, Baby Bananen, Drachenfrucht, Galgant, Grillbananen, Ingwer, Jackfrucht, Kochbananen, Litchi, Mango, Papaya, Passionsfrucht, Rambutan, Salak, Sapotillen, Zitronengras, Zuckerbananen.



Unsere Kern-Aufgabe als Handelsunternehmen besteht darin, die Region mit umweltfreundlichen, gesunden und unter gemeinwohl-fördernden Bedingungen erzeugten Bio-Lebensmitteln zu versorgen. Daraus ergeben sich weitere wichtige Aufgabenfelder: die Logistik, das Abfall-Management sowie unternehmerische Investitionen im Bereich der Digitalisierung (IT). Da wir uns auf die gute Zusammenarbeit mit unseren Kund:innen und Lieferant:innen konzentrieren möchten, haben wir uns dazu entschieden, diese sehr spezialisierten Gebiete an Partner-Unternehmen abzugeben, wodurch ein hoher Grad an Professionalität sichergestellt ist. So haben wir die Möglichkeit unser ganzes Engagement auf unsere Kernkompetenz, den Bio-Lebensmittel-Handel, zu fokussieren. Unsere Partner:innen wählen wir bewusst, setzen hierbei auf faire Konditionen (Preise, Abnahmegarantie und zeitnahe Bezahlung) und streben eine langjährige Zusammenarbeit an. Seit 2005 arbeiten wir mit dem Logistik-Unternehmen Queitsch Logistik (Nachfolge-Unternehmen BIQ-Transport GmbH & Co. KG und BIQ-Logistik GmbH) und seit 2010 zusätzlich für den Raum Nordbayern mit dem Logistik-Unternehmen Keil Kühltransporte zusammen. Unsere Logistik-Partner sind fast ausschließlich für uns auf den Straßen unterwegs. Die gegenseitige Partnerschaft und das damit verbundene Vertrauen schätzen wir sehr. Die Zusammenarbeit findet auf Augenhöhe statt. Seit 2021 bestehen zusätzliche schriftliche Verbindlichkeiten. So können wir auch Banken oder anderen Geldgeber:innen gegenüber die Verbundenheit bestätigen und dazu beitragen, dass diese bei der Finanzierung von Projekten besser gerankt werden.



Kleinbäuerliche Familienbetriebe haben es zunehmend schwieriger gegen die „big player“ auf dem Lebensmittelmarkt anzukommen. Doch leisten gerade diese durch ihre Vielfalt einen enorm wichtigen Beitrag zur Biodiversität und Sortenvielfalt in der Landwirtschaft. Um die kleinbäuerlichen Strukturen zu stärken, Familienunternehmen zu unterstützen und deren Einkommen zu garantieren, fördern wir diese mit allen uns zur Verfügung stehenden Mitteln. Hierzu zählen beispielsweise gemeinsame Messeauftritte, Bemusterungen, Anzeigen und Angebote. So haben wir beispielsweise eine Veranstaltung der Bio Hotels im Herbst 2021 mit Kürbiskernen des Familienbetriebs Lechtaler, welche in Rehling bei Augsburg Kürbiskerne anbauen und veredeln, bemustert. So möchten wir die Bekanntheit der Familie, des Betriebs sowie deren Produkte fördern. Auch konnten wir über die landwirtschaftliche Erzeugung hinaus die Unternehmerin Anna Diermeier mit ihrem Unternehmen „Zurück“, welches hauptsächlich ausgemusterte Stoffe aus dem Gastgewerbe upcycled, in unserer Unverpackt-Ecke auf unserem Messestand auf der BioSüd 2021 interessierten Besucher:innen präsentieren, auch wenn wir ihre Produkte leider nicht in unser Sortiment mit aufnehmen können.



Die stolze Zahl von aktuell um die 731 unterschiedliche Lieferant:innen, mit welchen wir zusammenarbeiten, bestätigt unsere Haltung. Dabei machen die 20 Umsatz-Stärksten keine 50 % des Gesamtumsatzes aus (41,6 %).

Seit 2020 haben wir eine Lieferantenvereinbarung eingeführt, welche jeder Lieferant, jede Lieferantin, der/ die mit uns zusammenarbeitet, unterzeichnen soll. Abgefragt werden in dieser zum einen rechtliche Punkte, wie Ansprechpartner:in im Krisenfall, vereinbarte Konditionen, Produktschutz, Verpackungspauschale, als auch Fragen zur Unternehmensphilosophie sowie den Themen Gemeinwohl und SDGs. Da solch eine Vereinbarung aktuell nur für unsere Lieferant:innen von Ware existiert, haben wir uns vorgenommen auch für alle unsere Kreditor:innen eine Vereinbarung zu erstellen. Nur so übernehmen wir Verantwortung für die komplette Zulieferkette.

Eine zentrale Verwaltung der Daten unserer Lieferant:innen ist über unser Qualitätsmanagement gegeben. Aktuell haben 65 % unserer 731 Lieferant:innen bezogen auf die 20 Umsatz-Stärksten bereits eine Lieferantenvereinbarung abgegeben und sich somit gegenüber der Ökoring Handels GmbH zu folgenden Voraussetzungen für das Gemeinwohl verpflichtet:

- Arbeitnehmer:innen sind in einem freien Arbeitsverhältnis angestellt.
- Die Arbeitsbedingungen sind unter Berücksichtigung des allgemeingültigen Wissens der Branche sicher und hygienisch. Es werden angemessene Maßnahmen getroffen, um Unfälle und Gesundheitsschädigungen im Arbeitsumfeld zu verhindern.
- Es stehen allen Mitarbeiter:innen saubere sanitäre Anlagen zur Verfügung.
- Mindestlöhne werden eingehalten.
- Die Arbeitszeit stimmt mit der nationalen Gesetzgebung und dem branchenüblichen Standardwert überein.
- Es gibt keine Diskriminierung.
- Körperlicher Missbrauch oder Disziplinierung sind strikt verboten.

Nr.	Seit	Lieferant	Bereich	Ums.-Anteil
1	1993	Milchwerke Berchtesgadener Land	Molkereiprodukte	4,80%
2	1999	Bio Tropic GmbH	Obst und Gemüse	4,53%
3	2009	Ögema Handels GmbH	Obst und Gemüse	4,46%
4	2007	Queitsch Markus - Transporte	Logistik	3,14%
5	1998	Cbet Frische & Handels GmbH	Obst und Gemüse	2,90%
6	1993	Andechser Molkerei Scheitz GmbH	Molkereiprodukte	2,61%
7	2018	BIQ-Transporte GmbH & Co. KG	Logistik	2,45%
8	1993	ÖMA Beer GmbH	Molkereiprodukte	2,30%
9	2021	ALMA BIO NATURA	Obst und Gemüse	1,80%
10	1993	Isana GmbH & Co. KG	Feinkost	1,41%

Tabelle 1: Anteil am Einkaufsvolumen der 10 stärksten Kreditor:innen (grün: Mit Lieferantenvereinbarung)

Darüber hinaus können wir durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Logistik-Partner-Unternehmen Queitsch, bzw. BIQ und Keil Kühltransporte und somit für weitere 16 % unserer Kreditor:innen garantieren, dass diese ebenfalls unter fairen und menschenwürdigen Bedingungen wirtschaften.

Wir ermutigen unsere Lieferant:innen, sich selbst mit den SDGs (Sustainable Development Goals/Nachhaltigkeitsziele der UN) auseinanderzusetzen. Mithilfe der 17 Nachhaltigkeitsziele kann jedes Unternehmen selbst reflektieren, welche Ziele es sich für eine weltweit nachhaltige Entwicklung mit seinen eigenen Tätigkeiten setzen kann. Durch den Handel mit ausschließlich ökologisch erzeugten Lebensmitteln trägt Ökoring aktiv zu folgenden Zielen bei: Kein Hunger (2), Gesundheit und Wohlergehen (3), Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen (6), Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (8), Nachhaltige/r Konsum und Produktion (12), Maßnahmen zum Klimaschutz (13), Leben unter Wasser (14) und Leben an Land (15). Diese Ziele werden auch unseren Lieferant:innen genannt. Wir möchten so unsere Lieferant:innen an solche Themen herantführen und diese für ein Handeln nach den SDGs sensibilisieren.



Die Betriebe unserer Lieferant:innen kennen wir zum größten Teil sehr gut. Bevor wir mit einem Lieferanten/ einer Lieferantin zusammenarbeiten, prüfen wir diesen genau und machen uns, wo möglich, einen Eindruck vom Betriebsstandort vor Ort. Leider können wir aufgrund der großen Vielzahl an unterschiedlichen Lieferbetrieben über die ganze Welt verteilt nicht alle in regelmäßigen Abständen besuchen. In diesen Fällen ist die Sicherung von menschenwürdigen Arbeitsbedingungen durch Kontrollen Dritter (Zertifizierungs-Stellen wie Bio, FairTrade, etc.) garantiert.

Wann immer es möglich ist machen wir uns vor Ort bei unseren Lieferant:innen ein eigenes Bild von den Arbeitsbedingungen. So konnten wir z.B. im November 2021, trotz der pandemischen Lage, einige der Erzeuger-Betriebe in Tunesien wieder vor Ort besuchen. Mohamed Zayani, unser Abteilungsleiter der grünen Frische, ist selber gebürtiger Tunesier und so verbindet uns ein enges Band mit einigen kontrolliert ökologisch arbeitenden landwirtschaftlichen Betrieben seines Heimatlandes. Das mit uns partnerschaftlich verbundene Unternehmen Ögema importiert von dort vor allem Olivenöl, Datteln und Zitrusfrüchte.



Werden Menschenrechts- oder Tierwohl-Verletzungen bekannt, agieren wir pro-aktiv, indem wir die Missstände persönlich bei den Lieferant:innen ansprechen. Sollten sich die Arbeitsbedingungen nicht verbessern, so sind wir bereit, die Zusammenarbeit konsequent und direkt zu beenden. Einen solchen Vorfall gab es allerdings bislang nicht. Als die wirksamste Präventiv-Maßnahme betrachten wir den persönlichen Kontakt oder den persönlichen Kontakt von Partner:innen, die vor Ort betreuen. Absprachen und partnerschaftliche Zusammenarbeit auch z.B. bei Ernteausfällen oder Überproduktion, schafft eine langjährige, vertrauensvolle Basis. Unsere Erzeuger:innen können sich auf uns verlassen, dass wir gemeinsam mit ihnen Lösungen finden und sie auf ihrer Ware nicht sitzen bleiben müssen bzw. wir bei Ernteausfällen gemeinsam Lösungen finden, sodass diese weiter wirtschaften können.

Noch haben nicht alle unserer Lieferant:innen eine Lieferantenvereinbarung unterzeichnet. Diese möchten wir zukünftig noch konsequenter zum Einsatz bringen, um unserer Verantwortung für eine faire Wertschöpfung der gesamten Lieferkette gerecht zu werden.

Zusätzlich haben wir 2021 einen „Handzettel für Lieferantengespräche“ eingeführt. Die jährlich getroffenen Vereinbarungen mit unseren Lieferant:innen können die Mitarbeitenden im Einkauf hier festhalten. Dabei handelt es sich um Informationen zu Produktion, Arbeitsumfeld und Tierwohl, sowie Feedback. Dies soll vor allem der Transparenz dienen. Verbindlichkeiten zwischen uns und unseren Handelspartner:innen werden so verschriftlicht und bieten beiden Seiten Sicherheit. Sicherheit schafft eine vertrauensvolle Basis für langfristige, zukunftsorientierte Zusammenarbeit.

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Die Ökoring Handels GmbH bewahrt stets die Menschenwürde in der Zulieferkette.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Soweit es uns möglich ist, pflegen wir direkte Beziehungen zu unseren Lieferant:innen. Trotzdem kann es in bestimmten Fällen sinnvoll sein, ein Handelsunternehmen zwischenschalten. Dies ist meist bei größeren, etablierten Marken der Fall, welche ein vielfältiges Produktsortiment aufweisen. Hier nehmen wir unsere Lieferant:innen in die Verantwortung mit seinen/ ihren Vorlieferant:innen fair und sozial gerecht umzugehen.

Wir streben grundsätzlich langfristige Partnerschaften mit unseren Lieferant:innen an. Die durchschnittliche Dauer der Zusammenarbeit bezogen auf unsere 20 umsatzstärksten Zulieferant:innen beträgt 19,2 Jahre. Hierbei ist festzustellen, dass viele unserer regionalen Partnerschaften von Anfang an bestehen. Das ist auf den Ursprung unserer Firmengeschichte zurückzuführen. Die Ökoring Handels GmbH wurde 1993 von Byodo und der Biomarkt Gemeinschaft e.G. initiiert – zwei regionalen Bio-Pionier-Unternehmen im Münchner Raum, die damals bereits mit vielen Bio-Erzeuger:innen und Bio-Hersteller:innen vernetzt waren. So entstanden enge Geschäftsbeziehungen wie z.B. mit der Dinkelnudeln Moser GmbH, der Münchner Kindl Senf GmbH und der Andechser Molkerei Scheitz GmbH, die bis heute anhalten.

Mengen- und Anbauverträge werden mündlich besprochen und auf Vertrauensbasis beschlossen. Wir halten uns an unsere Zusagen und haben für wetterbedingte Verzögerungen und Ernteaufschläge Verständnis. Wir verhängen keine Sanktionen, sondern finden im Dialog eine für beide Seiten passende Lösung. Diese partnerschaftliche Zusammenarbeit hat sich gerade in den letzten zwei Jahren stark bewährt, in denen pandemiebedingt Liefer- und Verfügbarkeitsengpässe zum Alltag wurden. Wir sind bis heute stets lieferfähig und können so auch unsererseits auf gemeinsam getroffene Vereinbarungen zählen. Wir freuen uns sehr über diesen Vertrauensbeweis.

Besonders hervorheben möchten wir an dieser Stelle, dass wir vor allem über die kleinen Erzeugerbetriebe dankbar und stolz sind. Ökoring bezeichnet diese daher auch als unsere Herzens-Lieferant:innen. Die Besonderheiten dieser Lieferant:innen sind vielfältig. Hier sind nicht der Umsatz und die Größe das ausschlaggebende Argument für die Zusammenarbeit, sondern ganz andere Werte wie Tierwohl, besondere Naturschutz-Leistungen, Handwerk und noch vieles mehr. Folgend sind ein paar wenige Beispiele unserer Herzens-Lieferant:innen und deren Engagement aufgeführt:

Hans und Marianne Moser (Zusammenarbeit seit 1993)

„Wir sind Familie Moser aus Weinhausen im Ostallgäu. Seit gut 30 Jahren stellen wir inzwischen in zweiter Generation Dinkelnudeln aus der Urkornsorte Oberkulmer Rotkorn her.

Basis unserer Arbeit ist stets ein absolut hochwertiger Dinkel. Darauf achten wir in enger Zusammenarbeit mit unseren langjährigen regionalen Dinkellieferanten. Besonders freut es uns, dass weiterhin ein Anteil des Dinkels von den Feldern der Familie stammt. In der weiteren Verarbeitung des Dinkels zur Nudel nehmen wir uns viel Zeit, um hochwertige Qualität zu erzeugen. Das gelingt, weil das ganze Team sehr stark direkt in die Herstellung und Verarbeitung eingebunden ist. Auch bei der Verpackung der Nudeln setzen wir bewusst auf Nachhaltigkeit.

Mit Ökoring verbindet uns inzwischen eine langjährige Partnerschaft. Besonders freut es uns, dass wir für die gleichen Werte stehen: Regionalität, Bio, Handwerk sowie ein vertrauensvolles und nachhaltiges Miteinander zwischen Mensch und Natur. Das Ergebnis sind natürliche und hochwertige Produkte.“ Teresa Landvogt

www.dinkelnudeln-moser.de



Lechtaler Kürbiskerne (Zusammenarbeit seit 2020)

„Bei uns kommt alles aus einer Hand: Anbau der Feldfrüchte (Kürbiskerne, Leinsamen, Hanfsamen, Sonnenblumen, Getreide), Ernte, Aufarbeitung, Produktion (Veredelung der Kürbiskerne, Flockenherstellung aus eigenem Getreide), Abpackung, Kommissionierung, Vertrieb. Das schafft kurze Transportwege zwischen Anbau und Weiterverarbeitung. Unterstützt werden wir von den Augsburger Ulrichwerkstätten, die uns bei der Beklebung unserer Verpackungen unterstützen. Wir wollen nicht nur ökologisch, sondern auch sozial Verantwortung übernehmen. Wir wollen Transparenz: Wo kommen die Rohstoffe her / Wie werden sie geerntet, transportiert und weiterverarbeitet / Wer steckt hinter den Produkten. Kurzum – wir wollen über unsere Erzeugnisse eine Beziehung zu den Kunden herstellen und der kleinstrukturierten Landwirtschaft ein Gesicht geben.

An Ökoring schätzen wir die professionelle Zusammenarbeit sowie die konsequente Unterstützung regionaler BIO Produkte.“ Elfriede Strobl

www.lechtaler-kuerbiskerne.de



Kappelbauer (Zusammenarbeit seit 2005)

„Die Ölmühle Kappelbauer stellt auf handwerkliche Weise kaltgepresste, biologische Speiseöle her. Aus der Region für die Region – das war von Anfang an oberstes Prinzip von Johannes Spengler, der seit 2004 die bayerischschwäbische Ölmühle betreibt. Die Saaten werden ausschließlich aus der Region bezogen, zum Teil stammen sie aus eigenem Anbau.

Die Ölmühle arbeitet nach Bioland-Richtlinien und beliefert hauptsächlich den regionalen Markt.

Wir arbeiten sehr gerne mit Ökoring zusammen, weil dieser auf kleinstrukturierte Betriebe besonderen Wert legt. Unsere Ölmühle ist auf die Vermarktung im süddeutschen Raum ausgerichtet und mit BioRegional werden unsere Prinzipien optimal unterstützt.“ Thea Kraus

www.kappelbauer.de



Obergrashof (Zusammenarbeit seit 1994)

„Der geschichtsträchtige Obergrashof liegt zwischen Dachau und Oberschleißheim angrenzend an das Naturschutzgebiet Schwarzhölzl. Die vielfältigen Aufgaben am Hof ziehen eine große Zahl von Menschen an, die hier leben und arbeiten. Die Hofstelle mit Wohn-, Arbeits- und Stallgebäuden ist weitläufig; Leben, Arbeit und Pädagogik verweben sich bereits aufgrund der örtlichen Gegebenheiten.“ www.obergrashof.de

„Der Obergrashof ist unser Erzeuger seit der ersten Stunde Ökoring. Gemeinsam haben wir bereits viele neue Produkte entwickelt und vermarktet. Dabei arbeitet der Obergrashof fast immer mit samenfestem Saatgut. Noch dazu wirtschaften sie nach Demeter-Richtlinien, haben eine sehr attraktive und abwechslungsreiche Produktvielfalt, logistisch arbeiten wir sehr eng und fair zusammen und die Produktqualität und –sicherheit war bisher immer top. Wir sind froh darüber, dass wir auch heute noch so eng mit dem Obergrashof zusammenarbeiten.“ Mohamed Zayani, Einkauf Ökoring

Zierer (Zusammenarbeit seit 2016)

„Wir sind ein kleiner, biologisch wirtschaftender Familien-Bauernhof mit eigener kleiner Hofmolkerei. Bei uns geschieht alle Arbeit direkt am Hof: der Anbau des Futters, das Füttern und Melken der Kühe und Abfüllen unserer Milch und Joghurts.“

Wir schätzen am Ökoring, dass es ein kleiner Großhändler ist, bei dem eine richtig schöne familiäre und freundliche Stimmung herrscht. Der Umgang mit den Mitarbeitern ist wirklich hervorragend. Die Kommunikation ist sehr einfach und unkompliziert und die Logistik ist sehr gut.“ Irena Zierer

www.milchhof-zierer.de



Kloster Plankstetten (Zusammenarbeit seit 1999)

„Die Grundsätze unseres Wirtschaftens beinhalten: Gottes Schöpfung positiv mitzugestalten sowie in Einklang mit dieser zu agieren, dem Menschen erstklassige Grundnahrungsmittel anzubieten, die Herstellung gesunder Lebensmittel ohne chemische Haltbarmachung oder bedenkliche Zutaten, ein

achtsamer Umgang mit Mitgeschöpfen, Tieren und Pflanzen, wir bevorzugen Rohstoffe und Dienstleistungen aus der Region, fair produzierte Produkte aus Drittländern, die Unterstützung von Jugendarbeit und Mission sowie Prinzipien der regionalen Kreislaufwirtschaft zu realisieren.

Ökoring legt großen Wert auf die Regionalität der Produkte. Dies ist auch für uns wichtig!“ Kai Dorlöchter

www.kloster-plankstetten.de



Münchner Kindl (Zusammenarbeit seit 1993)

„Münchner Kindl gibt es seit 1920 und ist ein Familienunternehmen in der vierten Generation. Vor über 35 Jahren hat Inhaber Theo Hartl komplett auf Bio umgestellt. So regional wie möglich ist das Ziel. So kommen Senfsaaten, Zucker, Sonnenblumenöl und Essig aus Bayern. Langjährige und wertvolle Partnerschaften sind dabei entstanden, die bis heute bestehen. Mit viel Handarbeit werden die Senf- und Saucenspezialitäten von 28 tollen Mitarbeiter:innen hergestellt.

Ökoring ist freundschaftlicher Partner seit der ersten Stunde unserer Bio-Reise. Wir haben gemeinsam schon so Einiges erlebt und sind sehr dankbar über diese besondere Verbundenheit. Da uns, genau wie Ökoring die Regionalität sehr am Herzen liegt, passen wir so gut zusammen. Besonders schön ist es, dass wir unter anderem Rohstoffe für unsere Produkte von Ökoring beziehen und diese in unseren Produkten verarbeiten. Dieser richtig schöne, regionale Kreislauf, besteht so schon seit vielen Jahren und genau das ist es, was uns beide und unsere Arbeit ausmacht.“ Lisana Hartl

www.muenchner-kindl-senf.de



Ostertag (Zusammenarbeit seit 2010)

„Das Besondere an unserem Betrieb ist, dass wir unseren Kompost selbst produzieren, nur aus den eigenen Abfällen und die Kräuternerde (Basilikum) torffrei ist. Alle Gemüsepflanzen, die von uns aufs Feld gepflanzt werden, sind von uns selbst produziert worden. Alle Substrate werden von uns selbst gemischt.

An Ökoring liefern wir gerne, weil bei euch der Mensch zählt, wie bei einer Familie. Man über alles reden kann und ihr uns unterstützt, wenn wir Hilfe brauchen, z.B. Corona (wurden die Tomatenpflanzen von euch verkauft). Die Produkte werden regional vermarktet.

www.ostertags-bio-hofladen.de

Mösl GbR (Zusammenarbeit seit 1998)

„Unser Hof liegt in dem kleinen Ort Ebertshausen, 30 km westlich von München im Landkreis Dachau und gehört zur Gemeinde Odelzhausen. Seit über 15 Jahren bewirtschaften wir unseren Familienbetrieb nach den Grundlagen des ökologischen Landbaus. Im Ackerbau bemühen wir uns um eine vielfältige Fruchtfolge mit folgenden Kulturen: Kartoffeln, Dinkel, Weizen, Hafer, Sonnenblumen und als Zwischenfrüchte: Ackerbohnen, Erbsen, Wicken, Buchweizen, Ölrettich und Sandhafer. Ein wichtiger Bestandteil unserer Fruchtfolge ist der Klee-grasanbau, der jährlich 25% unserer Fläche einnimmt. Der Aufwuchs wird von einem Bioland Milchviehbetrieb genutzt, als Nährstoffrücklieferung bekommen wir Festmist. Der Klee-grasanbau und die Düngung mit Festmist ist die Grundlage der Nährstoffversorgung unserer Kulturen. Eine Besonderheit von uns ist der Anbau von bunten Kartoffeln und älteren Sorten wie z.B. Violetta, Rote Emmalie, Rosa Tannenzapfen, Blaue Anneliese und Vitelotte.“

www.biohof-moesl.de

„Wir freuen uns über die langjährige Zusammenarbeit und schätzen das Angebot an alten und vielfältigen Kartoffel-Sorten sehr. Gemeinsam können wir unseren Kund:innen so eine ganz besondere Vielfalt bieten.“ Mohamed Zayani, Einkauf Ökoring

Milchhof Lerf (Zusammenarbeit seit 2012)

„Wir sind der Milchhof Lerf in Dennenberg bei Ottobeuren. Das besondere an uns ist unter anderem, dass wir Vorzugsmilch produzieren dürfen. Da sind wir noch der einzige Betrieb in Bayern der das machen darf. Vorzugsmilch ist eine Milch die zum Roh-Verzehr geeignet ist, d.h. unsere Kühe werden gemolken, die Milch wird in Glas – Pfandflaschen abgefüllt, gekühlt und ausgefahren. Vorzugsmilch ist auch nur 96 Stunden haltbar und hat ein Verbrauchsdatum – kein MHD.

Unsere Kälber werden Muttergebunden aufgezogen d.h. sie bleiben nach der Geburt eine Woche bei der Mutter, danach werden sie in der Gruppe von den Ammenkühen aufgezogen. Die Kälber dürfen am Euter trinken und wachsen so gesünder und artgerechter auf.

Wir produzieren auch Joghurt - Naturjoghurt und Fruchtjoghurt. Das Besondere daran hier ist die Langzeitreife des Joghurts. In der heutigen Zeit in den großen Molkereien reift er oft schneller aus Kostengründen, unser Joghurt reift mind. 12 Stunden. Beim Fruchtjoghurt wird nur Zucker und

Frucht zum Naturjoghurt zugegeben, sonst nichts. Auch ist unser Joghurt nicht homogenisiert. Deshalb ist die Konsistenz etwas flüssiger als üblich.

Wir streben an, möglichst im geschlossenem Kreislauf zu wirtschaften, d.h. Futter vom eigenem Betrieb, Aufzucht der Nachzucht im eigenem Betrieb, Verwertung der Milch im eigenem Betrieb, Bedarfsdeckung der Energie durch den eigenen Betrieb (Holz, PV-Anlage, Biogas aus Gülle). Das bedeutet Ressourcen Schonung.

Wir arbeiten sehr gern mit Ökoring zusammen, weil sie die kleinen Betriebe unterstützen und direkt mit uns zusammenarbeiten. So unterstützen sie uns als Direktvermarkter und somit auch die Region. Und wenn es Fragen gibt, hat man immer sofort einen Ansprechpartner an der Hand, der gerne hilft.“

Katharina Lerf

www.milchhof-lerf.de



Das Bewusstsein für eine nachhaltige und enkeltaugliche Lebens- und Wirtschaftsweise wird immer wichtiger und ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Mit Nachhaltigkeitsversprechen wird Geld verdient und so manches Geschäftsgebaren steht im Verdacht nur oberflächiges „Greenwashing“ zu bedeuten. Unsere bisherige Praxis hatte sich über viele Jahre bewährt und bestand darin, oft nur rein mündlich getroffene Absprachen mit Dritten zu vereinbaren. Dies ist aufgrund der Entwicklungen aus unserer Sicht heute allerdings mittlerweile nicht mehr ausreichend, da diese Absprachen weder überprüf-, noch belegbar sind und für Zertifizierungen, wie z.B. die GWÖ-Auditierung nur schwer nachvollziehbar sind. Daher werden wir hier unsere langjährige Firmenpraxis, die auf Vertrauen basierte, zukünftig ändern: Wir werden, wie bereits beschrieben, getroffene Vereinbarungen mit unseren Lieferant:innen schriftlich festhalten und somit die Dokumentation und Rückverfolgbarkeit in unseren Einkaufsabteilungen erhöhen. Mit unserem neuen Handzettel können zukünftig gemeinsame Ziele und Wünsche festgehalten werden, sie sind für beide Seiten transparent und nachvollziehbar und geraten nicht in Vergessenheit. Ab 2022 wird dieser Handzettel bei allen Lieferant:innen-Gesprächen konsequent zum Einsatz kommen.

Unsere Preise orientieren sich an den allgemein geltenden Marktpreisen. Wir binden unsere Lieferant:innen an keine Kontrakte. Wir betreiben kein Preis-Dumping. Ganz im Gegenteil: Wir unterstützen vor allem kleine regionale Erzeuger:innen und Hersteller:innen. Oft haben diese aufgrund kleiner Absatzmengen (höhere Transportkosten, uneinheitlichere Sortimente aufgrund

mehrerer Zulieferer, etc.) keinen direkten Zugang zum Großhandel und können ihre Produkte nur mit Abschlägen über Zwischenhändler:innen vermarkten. Dem arbeiten wir entgegen, indem wir gezielt kleine Lieferant:innen fördern und die von ihnen notwendigerweise gesetzten Preise zahlen.

Unser Wertschöpfungsanteil unserer Lieferant:innen beträgt annähernd 80%, der Rest ergibt sich aus unserer verantwortlich wahrgenommenen Leistung der Koordination, der Lagerung und der Distribution in der Kette zum Endverbraucher. Beispielsweise erhält unsere Lieferant:in für 1 Liter Milch 0,85 €. Wir verkaufen diesen Liter für 1,08 € weiter. So ergibt sich durch die Rechnung: Wareneinsatz (€) / Umsatz (€) ein Anteil von 79 %.

Als Beratergroßhandel stehen wir nicht nur unseren Kund:innen, sondern auch unseren Lieferant:innen in vielerlei Hinsicht zur Seite und unterstützen besonders auch unsere BioRegionalen „kleineren“ Erzeuger:innen durch unser Marketing mit Anzeigenschaltungen und Advertorials in unseren Angeboten, wir vereinbaren Aktionen und verteilen gezielt Bemusterungen. 2020 haben wir beispielsweise Musterkisten an ausgewählte Kund:innen versendet, welche mit Neuprodukten aus der Region, wie dem bayerischen Quinoa vom Obsthof Knab, den Linsen-Aufstrichen von Hedi Naturkost und den Lechthaler Kürbis-Snacks der Familie Lechthaler befüllt waren.



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

Der faire und solidarische Umgang mit unseren Partner:innen stellt eine wichtige Säule unserer Unternehmensphilosophie dar. Alle Lieferant:innen, welche eine Lieferantenerklärung bei uns unterschrieben haben, haben sich dazu verpflichtet, fair und solidarisch mit den jeweiligen

Anspruchsgruppen umzugehen. Unser „Handzettel für Lieferantengespräche“ trägt dabei erheblich zu unserer Strategie der Gewährleistung eines fairen und solidarischen Umgangs aller Beteiligten miteinander bei.

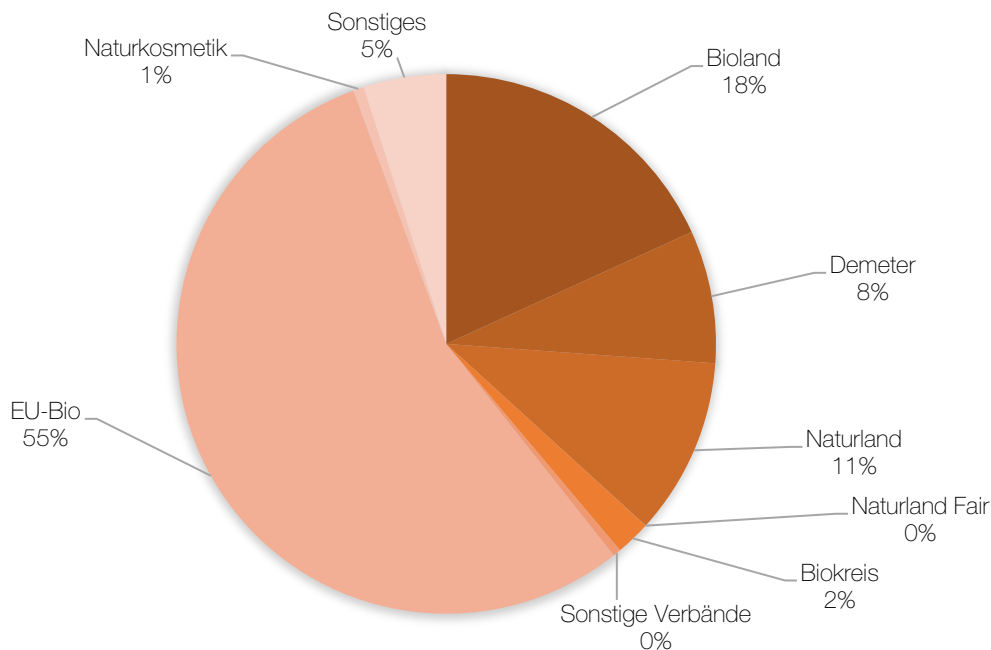
Wir versuchen, wo möglich, mit unseren Lieferant:innen direkte Handelsbeziehungen einzugehen. Im Bereich der Grünen Frische vertrauen wir auf unser sehr verbundenes Partner-Unternehmen, die Ögema GmbH. Ögema importiert frisches zertifiziertes Bio-Obst und -Gemüse aus Italien und Spanien. Dabei bezahlen sie ihre Lieferant:innen immer pünktlich mit fairen Preisen. Sie unterstützen bei der Umstellung auf Mehrweg-Kisten (IFCO und Europool) und zahlen den Erzeuger:innen für den Mehraufwand einen Aufschlag. Grundvoraussetzung sind legale Beschäftigungsverhältnisse und die Unterstützung, vor allem der kleinen Kooperativen, durch faire Entlohnung und Marketing-Aktivitäten. Um sicherzustellen, dass Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz sowie soziale Belange garantiert sind, arbeiten sie mit GRASP (GLOBALG.A.P. Risk Assessment on Social Practice) – Zertifikaten und führen auch mal ungeplante spontane Kontrollen durch.



Auch bietet die Orientierung an Verbands-Ware ein praktisches Hilfsmittel in der Bio-Lebensmittelbranche. Die Verbands-Struktur sorgt dafür, dass vor allem Erzeuger:innen, aber auch Verarbeiter:innen und Händler:innen, Gremien vorfinden, in welchen sie regelmäßig in Dialog treten können und so die gemeinsame Vermarktung der Bio-Produkte unterstützen.

Bezogen auf unser Gesamt-Sortiment von 12.000 Bio-Artikeln sind 29 % zusätzlich zum EU-Bio-Siegel von einem Bio-Verband zertifiziert (2020: 28 %), diese nehmen allerdings 40 % unseres Umsatzes 2021 ein (2020: 39 %).

UMSATZANTEIL QUALITÄTEN 2021



Daher haben wir die vier für uns wichtigsten Anbau-Verbände befragt, was diese konkret für Solidarität und Gerechtigkeit tun.

Solidaritäts- und Gerechtigkeitsverständnis der Verbände

Biokreis e. V.:



„Der Bioverband Biokreis legt seit seiner Gründung im Jahr 1979 besonderen Wert auf regionale Wirtschaftskreisläufe und die Beteiligung aller Mitglieder an der Gestaltung fairer Wertschöpfungsketten.“

Die Arbeit des Biokreis e.V. und seiner fünf Erzeugerringe in den Regionen zielt darauf ab, stabile Verbindungen zwischen Landwirtschaft, Verarbeitung, Großhandel und Handel zu etablieren. Wertschöpfungsketten haben sich in der Praxis immer wieder da bewährt, wo ein enger Austausch zwischen Erzeugerschaft, Verarbeitung und Handel besteht. Deshalb gibt es beim Biokreis zwei Mitarbeitende im Wertschöpfungskettenmanagement, die sich darum kümmern, ebensolche Partnerschaften zu etablieren.

Außerdem hat der Biokreis im Jahr 2007 eine Biokreis regional & fair-Zertifizierung ins Leben gerufen. Nur ausgezeichnete Bio-Unternehmen, die besonderes soziales und ökologisches Engagement zeigen, dürfen dieses Zeichen nutzen. Die Biokreis regional & fair-Zertifizierung steht für faire Partnerschaften in der Region sowie für langfristige und stabile Handelsbeziehungen der jeweiligen Marktpartner*innen. Die Beteiligten profitieren von einem Qualitätssiegel, bei dem

Ökologie, Regionalität und soziale Kriterien eine Einheit bilden. Mehr Informationen zu Biokreis regional & fair.“

Übrigens: Ökoring hat sich von Anfang an „Biokreis regional & fair“ zertifizieren lassen. Damals (2007) startete „Bio“ so richtig durch. Die Bio-Branche hatte ein ordentliches Wachstum zu verzeichnen und wurde dadurch immer interessanter für Investoren aus aller Welt. Die Regeln der freien Marktwirtschaft brachten allerdings die große Gefahr mit sich, dass Fairness und Gemeinwohl auf der Strecke bleiben. 2021: Erneute Auszeichnung und somit seit fast 15 Jahren "Biokreis regional & fair" ausgezeichnet

Mit „Biokreis regional & fair“ sollte der schon ursprünglich in unserer Bio-Bewegung fest verankerte Grundpfeiler der sozialen Gerechtigkeit eine feste Stimme bekommen. Das Ziel: Die Wertschöpfung für jedes regionale Produkt soll gleichmäßig und gerecht verteilt werden. Zum Wohle der Natur, der Tiere und der Menschen.

Bioland e.V.:



Wir sind Partner

„Die unternehmerische Verantwortung entlang der gesamten Lieferkette ist ein sehr wichtiges Thema und auch für Bioland sind faire Bedingungen innerhalb der Wertschöpfungskette von zentraler Bedeutung. Denn, wer nachhaltig erzeugte Lebensmittel anbieten will, muss sich auch für gute Sozial-, Umwelt- und Tierwohlstandards bei den Zulieferern einsetzen. Als Verband vertreten wir gegenüber allen unseren Partner stets unsere Werte, Prinzipien und gehen in den Dialog, sollten diese nicht eingehalten werden. In der Zusammenarbeit mit Handelsunternehmen verankern wir zusätzlich Fair-Play-Regeln, an die sich die Partner halten müssen. Dass unsere Betriebe ausschließlich in Deutschland und Südtirol ansässig sind, sorgt für eine besondere Transparenz, die bei weltweitem Agieren schwieriger zu erreichen ist. Auch auf politischer Ebene haben wir unseren Einfluss bei diesem Thema immer wieder geltend gemacht, wie zuletzt beim Gesetz zu unlauteren Handelsbedingungen.“

Demeter e. V.:



„Soziale Verantwortung, die die Achtung und Einhaltung der Menschenrechte umfasst, ist eines der Grundprinzipien der Demeter-Richtlinien. Die Anforderungen der International Labour Organisation (ILO), die im Rechtsrahmen vieler Länder verankert sind, gelten für alle Menschen und regeln alle Arbeitsverhältnisse, auch die in Demeter zertifizierten Unternehmen. Menschen, die in Demeter-Betrieben arbeiten, erhalten Chancengleichheit, unabhängig von ihrer ethnischen Herkunft, ihrem Glauben und ihrem Geschlecht.

Das Management ist für die Gesundheit und die Sicherheit aller Personen im Unternehmen verantwortlich, und dass niemand durch seine Arbeit gefährdet wird. Alle Mitarbeiter haben die Möglichkeit, ihre Rechte in Anspruch zu nehmen. Sie haben das Recht sich zu versammeln, an

Tarifverhandlungen teilzunehmen und ohne Diskriminierung eine Vertretung gegenüber dem Management zu bilden. Demeter Unternehmer sind verpflichtet, soziale Ungleichheit sowie Mangel an sozialen Rechten zu unterbinden, wie auch aufgezwungene oder unangemessene Kinderarbeit, unzureichende Arbeitsbedingungen und/oder Löhne. Sie haben dafür zu sorgen, dass Arbeitssicherheit und Gesundheitsfragen im Betrieb verankert und unterstützt werden. Die Unternehmen müssen ihre Arbeitskräfte regelmäßig über ihre Rechte informieren.

Im Rahmen des jährlichen Kontroll- und Zertifizierungsprozesses müssen alle Lizenznehmer eine Selbsterklärung abgeben, dass diese Richtlinien eingehalten wurden.

Im letzten Jahr wurde deutlich, dass Selbstdeklarationen nicht in allen Fällen ausreichend sind.

Das ICO (International Certification Office der Biodynamic Federation - Demeter International) hat daher beschlossen, den Inspektionsumfang zu erweitern und in einigen Ländern mit Sozialkontrollen für gefährdete Bereiche zu beginnen und die Ergebnisse auch im Zertifizierungsprozess zu berücksichtigen.

Dies sind vor allem Großbetriebe mit vielen Arbeitskräften. Erste Sozialkontrollen haben risikobasiert in Süd-Spanien und auf Bananen-Plantagen begonnen. Weitere Regionen oder Betriebe werden bei Bedarf hinzugenommen.

Zumindest beim ICO haben soziale Themen seit den öffentlichen Angriffen im letzten Jahr eine hohe Sensibilität und Priorität.

Bei BDFI ist ein neuer Fragebogen für eine erweiterte Selbstevaluierung in Arbeit.“

Naturland e. V.:



„Bei Naturland war Öko schon immer auch sozial. Und zwar schon lange bevor der Bundestag 2021 endlich ein deutsches Lieferkettengesetz verabschiedet hat. Bereits 2005 führte Naturland als erster Öko-Verband eigene Sozialrichtlinien ein. Sie gelten für alle Betriebe in der Erzeugung und Verarbeitung und werden gemeinsam mit der Öko-Kontrolle einmal pro Jahr abgeprüft – im In- und Ausland. Dabei werden je nach Region unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt: Während Punkte wie Arbeitssicherheit oder die Einhaltung von Mindestlöhnen überall überprüft werden, stehen in schwierigen Regionen auch grundlegende Menschenrechte, das Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit oder der freie Zugang zu Gewerkschaften im Fokus.

Darüber hinaus ist Naturland als einziger Öko-Verband bereits seit den 1980er Jahren im Fairen Handel aktiv. Das freiwillige Zusatzsiegel Naturland Fair verbindet Öko-Landbau und Fairen Handel in einem Zeichen. Und das für kleinbäuerliche Familienbetriebe aus dem Süden ebenso wie für heimische Milchbäuerinnen oder Ackerbauern. So deckt Naturland die gesamte Lieferkette ab.“

Etwa 90 % unserer Ware entstehen nach unseren Ansprüchen an Solidarität und Gerechtigkeit, da wir partnerschaftliche Beziehungen mit unseren Lieferant:innen pflegen, diese gut kennen und

unseren Anspruch diesbezüglich thematisieren. Die EU-Öko-VO sagt darüber leider nichts aus. Zukünftig möchten wir dieses Thema stärker forcieren und somit die Haltung zu Solidarität und Gerechtigkeit von neuen Lieferant:innen in der Zulieferkette direkt zum Start der Geschäftsbeziehung schriftlich abfragen. Zusätzlich werden sich die Abteilungsleiter:innen aller unserer Einkaufsabteilungen zur Optimierung der Datenpflege unserer Lieferant:innen ab 2022 einmal im Monat treffen.

Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Wir fördern regionale Wirtschaftskreisläufe und übernehmen mit unserer klaren Positionierung, ausschließlich mit Bio-Ware zu handeln, Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt. Wir arbeiten auf Augenhöhe mit unseren Handelspartner:innen. Unsere Marktmacht nutzen wir nicht aus. Wir zahlen fair und zeitnah, führen keine Knebel-Verträge, planen gemeinsam und verbindlich das Anbaujahr und verhängen keine Sanktionen bei Verzögerungen oder Ausfällen. Die teils starke Vorleistung unserer Obst- und Gemüse-Lieferant:innen und das damit verbundene Risiko ist uns bewusst. So geben wir uns größte Mühe, ihnen Sicherheit zu geben, indem wir zeitnah zahlen. Auch unserem Logistik-Partner zahlen wir wöchentliche Abschlagszahlungen im Voraus.

Negativaspekte sind daher nicht gegeben.

Nach der gelungenen Etablierung dokumentierter Lieferantengespräche wollen wir die wertvollen Informationen aus den Gesprächen nun verstärkt nutzen, um gezielt weiteren Verbesserungen den Weg zu ebnen.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Wie in jedem gesund wirtschaftenden Unternehmen, müssen auch wir bei der Warenbeschaffung auf ökonomische Gesichtspunkte achten. Allerdings steht die Ökologie klar im Vordergrund und somit nahezu 100%. Dies ist allein schon durch die klare Positionierung des Bio-Vollsortiments und der Auswahl unserer Lieferant:innen zu erkennen. Zertifizierter Bio-Anbau leistet nachweislich einen positiven Beitrag in den Bereichen Wasserschutz, Bodenfruchtbarkeit, Biodiversität, Klimaschutz, Klimaanpassung, Ressourceneffizienz sowie Tierwohl (Thünen Report 65: Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft). Alle unsere Produkte werden nach ökologischen Kriterien und festgelegten Standards produziert.

Wir achten auf kurze Transportwege und bevorzugen regionale Produkte. Aufgrund kombinierter Warenauslieferung und –Abholung von Ware von unseren Lieferant:innen können wir Leerfahrten vermeiden. Durch unsere Initiative „BioRegional“ und den damit verbundenen Marketing-Aktivitäten werden regionale Produkte aktiv unterstützt. So konnten wir beispielsweise die Kürbiskerne der Familie Lechtaler 2020 als BioRegionales Neuprodukt in unser Sortiment mit aufnehmen. Begleitet wurde der Start mit einer von Ökoring teilfinanzierten Bemusterungs-Aktion. Bis heute konnten wir so gemeinsam bereits über eine Tonne regionale Kürbiskerne vermarkten.

BioRegional



Ökoring führt aktuell ca. 1.280 Artikel (10 % des Gesamt-Sortiments) mit dem hauseigenen BioRegional-Siegel. Alle BioRegional-Produkte sind von Landwirt:innen, die EU-Bio-zertifiziert oder Mitglied eines Bioverbands (Demeter, Naturland, Biokreis, Bioland) sind. Die Förderung regionaler Erzeugung und Produktion bewirkt Wertschöpfung in Bayern und sorgt hier für gesundes Wachstum und Beschäftigung. Produkte, die mit „BioRegional“ ausgezeichnet sind, werden in Bayern produziert, verpackt und vertrieben. Die spezifischen Richtlinien, welche Ökoring bereits im Jahr 2008 definiert hat, müssen dabei erfüllt werden:

Voraussetzungen für BioRegional Landwirte

- Sitz des Betriebs ist in Bayern
- Der landwirtschaftliche Betrieb ist EU-Bio zertifiziert oder Mitglied bei einem Ökoverband wie Biokreis, Bioland, Demeter oder Naturland.
-

Das gilt für BioRegional Produkte

- Unverarbeitete Produkte (Obst, Gemüse, Milch, Eier, Fleisch, etc.) stammen zu 100% von bayerischen Landwirten. Von Anbau über Ernte, von Aufzucht über Schlachtung, bis zur Verpackung, findet der gesamte Wertschöpfungsprozess in Bayern statt.
- Verarbeitete Produkte (Molkereiprodukte, Käse, Wurst, Schinken, Brot, etc.) stammen zu mehr als 50% der Zutaten aus Bayern. Verarbeitung* und Verpackung findet zu 100% in Bayern statt.
- Bei verarbeiteten Produkten werden zum Verfeinern manchmal Früchte benötigt, die in Bayern nicht wachsen. Wichtig ist für BioRegional aber, dass die Veredelung des Produkts in Bayern stattfindet und die Hauptzutat zu 100% aus Bayern stammt.

*Ausnahme: Für die Verarbeitung gibt es in Bayern keine Veredelungsstätte. In solchen Fällen ist eine Verarbeitung außerhalb Bayerns zugelassen.

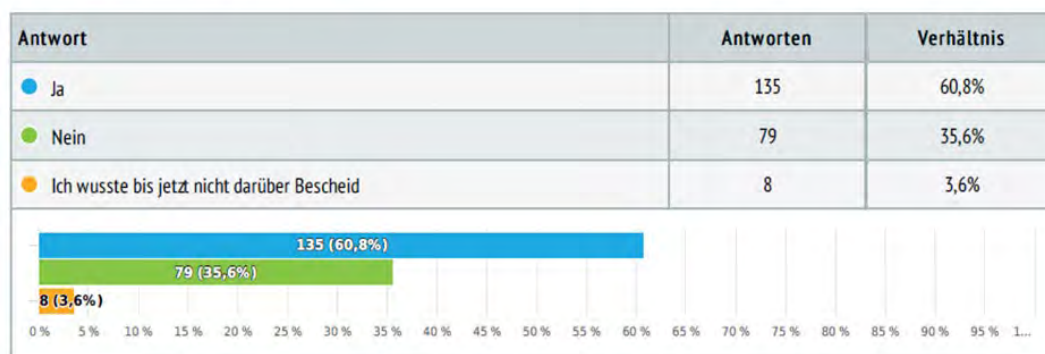
Durch die kurzen Transportwege der Produkte von den Landwirt:innen bis zu den Verbraucher:innen reduzieren wir den CO₂-Ausstoß und schonen somit Umwelt und Klima. Faire Preise für faire Erzeugung! Biologische Landwirtschaft ist mit einem Mehraufwand verbunden, weil Probleme wie Unkraut, Schädlinge und Krankheiten nicht mit chemischen Mitteln bekämpft werden, sondern umweltschonend mit der Natur und nicht gegen sie angegangen werden. Wiesen, Weiden und blühende Feldfrüchte sind ein Verdienst der ökologischen Landwirtschaft. BioRegional fördert die Diversität und Artenvielfalt, um die blühende Vielfalt zu erhalten und Monokulturen zu unterbinden.



Unsere Kund:innen-Umfrage bestätigt, dass ein Großteil unserer Kund:innen bevorzugt BioRegionale Produkte kauft. Diese Ergebnis bestärkt uns bei unserem Engagement für unsere regionalen Bio-Partner:innen.

Kaufen Sie als Ladner:in bevorzugt Produkte mit dem Logo "BioRegional"?

Einzelwahl, geantwortet 222 x, unbeantwortet 0 x



Unser Ziel ist daher, unser Produkt-Portfolio an BioRegionalen Artikeln stetig weiter auszubauen.

Auch die bayerische Staatsregierung führt seit 2015 ein eigenes Siegel für geprüfte Bio-Qualität mit bayerischer Herkunft: Das „Bio-Siegel Bayern“. Im Zusammenhang mit dem 2021 verabschiedeten Landesprogramm „BioRegio 2030“, welches das Ziel hat den Öko-Landbau bis 2030 auf 30 Prozent zu erhöhen, können so die regional erzeugten Bio-Artikel klar gekennzeichnet werden. Vor allem in der Gemeinschaftsverpflegung wird dieses Qualitäts-Siegel seit 2020 verstärkt nachgefragt. In diesem Bereich wird ein Anteil von 50% Bio- oder regional erzeugter Ware in öffentlichen Verpflegungseinrichtungen in Bayern bis 2030 vorgeschrieben. Auch in öffentlichen Ausschreibungen kann mit dem „Bio-Siegel Bayern“ auf die regionale Herkunft eingegangen werden. Ökoring begrüßt diese Bestrebungen und ist seit Anfang 2020 Zeichennutzer. Seitdem bauen wir unser Produktportfolio mit geprüft bayerischer Bio-Ware kontinuierlich aus. Aktuell führen wir circa 170 mit dem „Bio-Siegel Bayern“-zertifizierte Artikel. Wir hoffen auch dieses Sortiment weiter ausbauen zu können. Hier erfordert es allerdings noch eine verbesserte Absprache zwischen Angebot und Nachfrage. Wir sind bereit hier unseren Teil beizutragen und mit all unseren zur Verfügung stehenden Mitteln zu unterstützen.

Das Bio-Siegel Bayern

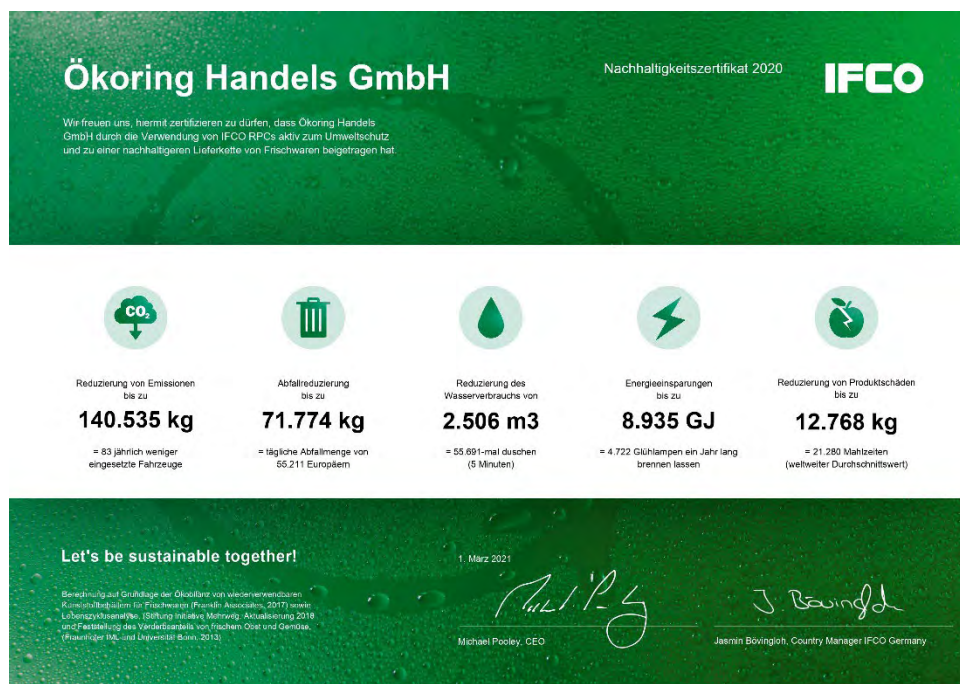
Die Qualitätsstandards orientieren sich an denen der vier in Bayern aktiven Öko-Anbauverbände: Biokreis, Bioland, Demeter und Naturland. Alle Bauernhöfe, die Rohprodukte beisteuern, arbeiten ausschließlich nach den ökologischen Richtlinien. Ist ein Produkt mit dem Herkunftsnachweis „Bio-Siegel Bayern“ gekennzeichnet, müssen alle Produktrohstoffe aus Bayern stammen. Auch alle Produktionsschritte müssen in Bayern erfolgen.

Grüne Frische, also Obst und Gemüse, welche per Schiff oder Flugzeug zu uns gelangt, kennzeichnen wir transparent in unserem Onlineshop sowie in allen Preislisten und Angeboten. Dabei steht ein S für Schiffsware und ein F für Flugware. Obst und Gemüse, welches über den Landweg zu uns kommt, wird mit einem L gekennzeichnet und BioRegionale Frische mit br sowie unserem deutlich sichtbaren BioRegional-Logo.



Ein Großteil (wir schätzen über 50 %) unseres Obst- und Gemüsesortiments wird in Mehrwegkisten von IFCO oder Europool gehandelt. Wir unterstützen unsere Lieferant:innen aktiv dabei, auf solche Pool-Systeme umzustellen und somit Einweg-Verpackungsmaterial einzusparen. Dies gelingt uns durch Aufklärungsarbeit, Abnahmegarantien sowie die Entlohnung des Mehraufwands. Auch haben wir 2020 alle Napfkisten-Nutzer:innen auf Europool oder IFCO umgestellt und somit für einheitliche Systeme gesorgt. Für die Napfkisten haben wir alternative Verwendungsformen gesucht und diese beispielsweise an Abokisten-Betriebe weitergegeben. 2020 konnten wir durch die Nutzung der Mehrweg-Kisten dazu beitragen, dass 326 Tonnen CO₂ eingespart werden konnten. Die Daten beziehen sich auf alle

Unternehmen, die mit IFCO kooperieren. Durch die Nutzung der IFCO-Mehrwegsteigen sind wir somit Teil davon.



Reinigungsmittel beziehen wir seit 2021 von der Firma Kiehl aus Odelzhausen, die von uns ca. 13 km entfernt ist. Mit ihrem Produkte-Portfolio können wir fast komplett mit Öko-Putzmitteln reinigen, die von einem Hersteller aus der Region stammen.

Produkte, welche auf Grund von Falsch-Etikettierung oder anderen Fehlern in der Lieferkette aus dem Verkehr gezogen werden müssen, die Produkte aber noch für den Verzehr geeignet sind, werden nicht weggeworfen. Wir spenden diese an die Tafel oder stellen sie unseren Mitarbeitenden zur Verfügung. Dieser Beitrag gegen Lebensmittelverschwendung ist allgemein leider noch keine gängige Praxis. Viele Supermärkte und Discounter werfen täglich noch verzehrfähige Waren in den Müll. Insgesamt sind das in Deutschland jährlich etwa zwölf Mio. Tonnen Lebensmittel. Diese zu retten, nennt sich „Containern“ und ist aktuell illegal (MDR Sachsen: „Radikaler Protest gegen Lebensmittelverschwendung“ vom 30.01.2022). Nach und nach ist die Sensibilisierung für dieses Thema gestiegen. Dennoch warten wir darauf, dass die Politik den notwendigen Rechtsrahmen schafft. Ökoring übernimmt hier eine Vorreiterrolle. Wir hoffen, dass sich die neue Regierung dem Thema der Lebensmittelverschwendung annehmen und sich somit die Gesetzeslage ändern wird, sodass noch verzehrfähige Lebensmittel zu entsorgen zukünftig strafbar wird und nicht mehr anders herum. Es wäre ein aus unserer Sicht wichtiger Beitrag, um Lebensmittelverschwendung wirkungsvoll entgegenzusteuern.

Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Als Bio-Vollsortimenter bieten wir unseren Kund:innen ein möglichst breites Produkt-Portfolio. Durch unsere Funktion als Großhandels-Unternehmen und dem damit einhergehenden Transport der Lebensmittel hinterlassen wir einen im Vergleich zu anderen Handelsstufen verhältnismäßig hohen CO₂-Fußabdruck. Durch die Bündelung des Warentransports fällt dieser allerdings geringer aus, als wenn die Ware jeweils direkt von den Produzent:innen an die Kund:innen ausgeliefert werden würde. Produktbezogen wählen wir immer das Transportmittel, welches für das jeweilige Produkt einen geringeren CO₂-Fußabdruck darstellt. Aufgrund der bewussten Entscheidung nur biologisch erzeugte Lebensmittel zu handeln, kaufen wir keine Produkte/ Dienstleistungen mit unverhältnismäßigen Umweltauswirkungen.

Zukünftig könnten wir uns vorstellen, klimaneutral produzierte Produkte in unserem Onlineshop zu kennzeichnen. Dies müsste allerdings über die Datenbanken Ecoinform und Data NatuRe eingepflegt werden. Sobald diese Funktion zusätzlich möglich ist, werden wir diese Information an unsere Kund:innen weitertragen.

Doch bis wir das Thema forcieren und von unserer Seite her weitere Schritte einleiten werden, fordern wir einheitliche EU-Richtlinien für die Klassifizierung „klimaneutral“. Denn aktuell ist leider nicht klar ersichtlich, welche Emissionen dabei berücksichtigt worden sind. Noch dazu gibt es keine einheitlichen Preise sowie Kontrollen für die jeweiligen Kompensations-Projekte und den daraus hervorgehenden erwerbzbaren Zertifikaten. Somit besteht in diesem Bereich momentan ein zu hohes Risiko für „Greenwashing“, welches wir nicht unterstützen möchten.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Ehrlichkeit ist ein sehr hohes Gut. Wo möglich und nötig legen wir unseren Lieferant:innen gegenüber alle wichtigen Informationen offen und transparent dar (natürlich unter Berücksichtigung der Datenschutzgrundverordnung DSGVO). Wir geben grundsätzlich auf alle Anfragen ehrlich Rückmeldung.



Zur Förderung der Transparenz haben wir 2021 ein Dokument eingeführt, den oben bereits vorgestellten „Handzettel für Lieferantengespräche“. So werden die bisher nur mündlich besprochenen Vereinbarungen zukünftig zusätzlich dokumentiert und von beiden Parteien gegengezeichnet. Dies betont die gegenseitige Verbindlichkeit. Es lässt sich sicher zurückverfolgen, welche Abmachungen mit welchen Lieferant:innen vereinbart wurden. Gemeinsam getroffene Ziele können evaluiert

sowie Feedback von Seiten der Lieferant:innen eingeholt und schriftlich festgehalten werden. Hierfür haben wir vorgefertigte Fragen zu Bedenken, Wünschen und Anregungen etabliert. Auch werden unsere Einkäufer:innen gebeten, die jeweiligen Betriebe bezüglich Tierwohl und Einhaltung von sozialen Standards zu beurteilen. Mit dieser Maßnahme sollen die vorhandenen Erfassungslücken - durch die noch nicht vollständig von allen Lieferbetrieben vorliegenden Lieferantenvereinbarungen – geschlossen werden.

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

Transparenz und Mitentscheidung sind wichtige Werte und für eine gute Zusammenarbeit unverzichtbar. Ökoring pflegt von Anfang an partnerschaftliche Beziehungen zu seinen Lieferant:innen. Anbaupläne werden gemeinsam besprochen sowie Risiken gemeinsam getragen. Wir verhängen keinerlei Sanktionen.

Um Transparenz im Handel gewährleisten zu können, braucht es einen nachvollziehbaren Handelsweg der Waren. Die Rückverfolgbarkeit ist seit dem 1. Januar 2005 eine rechtliche Verpflichtung für alle Unternehmen der Lebensmittelkette. Dies ist in der Verordnung (EG) Nr. 178/2002 (Basis-Verordnung) für Lebensmittel verankert. Je direkter der Handel, desto einsehbarer der Weg. Diesem Umstand geschuldet bietet Ökoring eigene Verpackungsprodukte in verschiedenen Produktlinien als Eigenmarken an. Bei unseren Eigenmarken wissen wir genau, wo die Erzeugnisse herkommen und wie dort gearbeitet wird.

Bio vom Hof

Bio vom Hof wurde ursprünglich gegründet, um unseren Kund:innen regionale Produkte, wie Bio-Rübenzucker, Bio-Haferflocken, Bio-Hirseemehl oder ähnliches anbieten zu können und somit eine regionale Versorgung mit Bio-Lebensmitteln sicherzustellen. Heute zählen diese Produkte zum Standardsortiment eines jeden Bio-Ladengeschäfts, doch unsere Kund:innen wünschen sich das Fortbestehen dieser Eigenmarke. So werden wir diese auch weiterhin im Bestand führen. Zukünftig wird es möglich sein, diese Linie in Papier abpacken lassen zu können.

Bio des Südens



Unter der Eigenmarke „Bio des Südens“ werden Produkte wie Cashewkerne, Sultaninen, Kokosraspeln, Walnüsse, Rohrohrzucker, Cranberries, Bananenchips, Mangostücke, Pistazien sowie Studentenfutter aus südlichen Regionen vertrieben. Diese sind teils in Groß- und teils in Kleingebinden verfügbar. Hintergrund dieser Produkte ist die Mitentscheidung von uns, woher die Rohstoffe stammen. So können wir höchste Produkt-Transparenz für die komplette Lieferkette bieten und wissen genau, woher die Rohstoffe kommen. Der Bio-Rohrohrzucker stammt beispielsweise aus Mosambik. Die Erzeuger:innen schützen somit die Anbauregion vor umweltschädlichen Pflanzenschutzmitteln. Der Rohrohrzucker ist SMETA-zertifiziert, was die Einhaltung von Sozialstandards garantiert.

SMETA

Social Compliance Audits können nach den Kriterien des SMETA Standards (SEDEX Members Ethical Trade Audit) durchgeführt werden. Dieser wurde von SEDEX, einer gemeinnützigen Mitgliederorganisation, entwickelt. Mit diesem Standard wird Käufern und Lieferanten weitreichende Optimierungen rund um verantwortungsvolle und ethische Geschäftspraktiken in globalen Lieferketten ermöglicht. SMETA basiert auf den Kriterien des Ethical Trading Initiative Base Code und den jeweiligen lokalen Gesetzen.

Folgende Kriterien werden überprüft:

1. *Das Arbeitsverhältnis wird frei gewählt*
2. *Die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Tarifverhandlungen werden respektiert*
3. *Die Arbeitsbedingungen sind sicher und hygienisch*
4. *Es wird keine Kinderarbeit eingesetzt*
5. *Mindestlöhne werden bezahlt*
6. *Die Arbeitszeit ist nicht überhöht*
7. *Diskriminierung wird nicht praktiziert*
8. *Es besteht ein geregeltes Arbeitsverhältnis*
9. *Unmenschliche oder brutale Behandlung ist nicht erlaubt*
10. *Einhaltung von Umweltauflagen*
11. *Unternehmensethik*

(<https://www.tuev-nord.de/de/unternehmen/zertifizierung/smeta-sedex/>)

Girotondo



Wir sind besonders stolz, dass wir seit 2021 auch einen Wein als Eigenmarke im Sortiment haben. Hierfür arbeiten wir eng mit einer Winzer-Familie aus dem italienischen Veneto zusammen. Abgefüllt wird der Wein in unserer Region in Pfandflaschen. So können wir nicht nur maximale Produkttransparenz bieten, sondern gehen ebenso als Vorbild für Pfandflaschen im Weinsektor voran. Den Girotondo gibt es als Bianco, Rosso sowie Frizzante.

Die neu eingeführte Dokumentation der jährlich stattfindenden Lieferant:innengespräche hat deshalb zum Ziel, mit Feststellung des jeweiligen Status, strategisch und punktuell Maßnahmen ableiten zu können, um die Qualität, Einflussnahme in der Zusammenarbeit und die Transparenz in deren Lieferkette stetig zu verbessern. Die Dokumentation wird von den jeweiligen Einkäufer:innen

durchgeführt und in unserem Qualitätsmanagement verwaltet. Damit können wir künftig gemeinsam gesteckte Ziele unseren Lieferant:innen transparent darlegen und Verbesserungen abfragen sowie rückverfolgen.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Für die Ökoring Handels GmbH ist es wichtig finanziell unabhängig zu sein. Wir sind stetig dabei unsere Eigenkapitalquote zu steigern, um mögliche Finanzrisiken zu reduzieren. Dies ist uns mit einer heutigen Quote von 35,8 % gelungen (2017: 18,3 %). Wir sind stolz über diese bemerkenswerte Steigerung. So liegen wir heute im Durchschnitt von mittelständischen Unternehmen (durchschnittliche Eigenkapital-Quote: 36,4%). Diese setzt sich zusammen aus Stammkapital, Rücklagen, Gewinnen, Darlehen sowie Genussrechten. (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/150148/umfrage/durchschnittliche-eigenkapitalquote-im-deutschen-mittelstand/>).

Die Finanzierungsanteile der Bilanzsumme entstammen folgenden Berührungsgruppen:

Berührungsgruppe	Finanzierungsanteil an Bilanzsumme in %
Wirtschaftliches Eigenkapital	35,8 %
Bankdarlehen	24,6 %
Lieferverbindlichkeiten	28,9 %
Sonstige Verbindlichkeiten	12,9 %

Seit 2003 haben wir daher Genussrechte, sowohl für externe Geldgeber:innen, Kund:innen, Lieferant:innen als auch für Mitarbeitende eingeführt. Wir sind froh darüber unseren Mitarbeitenden so eine Möglichkeit bieten zu können ihr Geld zu attraktiven Konditionen sinnvoll anzulegen. Ökoring bezuschusste Mitarbeitende 2021 beispielsweise mit 440 € beim Erwerb von einem Anteil a 700 €. So mussten Mitarbeitende lediglich 260 € einzahlen. Bei jedem weiteren Anteil muss der volle Betrag vom Mitarbeitenden getragen werden.

Genussrechte

„Ein Genussrecht ist eine Beteiligung am Erfolg eines Unternehmens, also entweder am Gewinn oder aber auch am Verlust. Es ist also weder am Wert des Unternehmens oder an der Substanz des Unternehmens beteiligt noch am Willensbildungsprozess. Es ähnelt insofern einer stillen Beteiligung. Wird das Unternehmen verkauft, so ist das Genussrecht an dem Verkaufserlös nicht beteiligt. So erhält der Beteiligte seine Rendite für das eingelegte Kapital und da es Risikokapital ist, ist die Rendite auch immer etwas höher als ein Zins, der für ein Darlehen gegeben würde. Es macht keinen Sinn, dem Kaufmann oder Unternehmer in sein Geschäft hineinreden zu wollen, wenn man selbst nicht Kaufmann in dieser Branche ist. Der Unternehmer kann dadurch in seinem Unternehmen schnell und ohne große Kommunikationsumwege Entscheidungen treffen, Chancen wahrnehmen

und auf Aktivitäten der Konkurrenz reagieren, dabei hat er die kapitalmäßige Unterstützung der Genussrechtsbeteiligten, die ihn in die Lage versetzen, auch größere Projekte anzugehen.“
(<https://genussrechte.org/genussrechte-wiki/>)

Heute bilden etwa 4,0 % unseres Eigenkapitals Genussrechte.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Fremdfinanzierung findet bei Ökoring zu 100 % über verschiedene Kreditinstitute statt. Hierzu arbeiten wir seit den letzten Jahren vermehrt mit der GLS Gemeinschaftsbank eG zusammen, da diese unter transparent einsehbaren ethischen, ökologischen und sozialen Voraussetzungen investiert. Konkret haben wir den Finanzierungsanteil in den letzten zwei Jahren mit der GLS Gemeinschaftsbank eG um grob 15 % verstärkt.

Der gesamte Fremdfinanzierungsanteil lag 2021 bei 64,2 %.

Auch für die nächsten Jahre hat sich Ökoring weiter zum Ziel gesetzt, das aktuelle Bankportfolio konsequent nach ethischen, sozialen und ökologischen Kriterien weiter zu bereinigen. So möchten wir verstärkt mit regionalen sowie nachhaltigen Kreditinstituten, wie der GLS Bank, zusammenarbeiten.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Die Ökoring Handels GmbH arbeitet im Wesentlichen mit den folgenden beiden regionalen Finanzpartner:innen zusammen: GLS Gemeinschaftsbank eG (ethische und nachhaltig ausgerichtete Bank), Volksbank Raiffeisenbank Fürstfeldbruck eG (regionale Genossenschaftsbank). Darüber hinaus gibt es noch ein paar weitere Finanzpartner:innen, welche im Verhältnis immer weiter abnehmen (Sonstige).

Bank	Anteil in %	Begründung
GLS Gemeinschaftsbank	50 %	Ethisch, sozial und ökologisch ausgerichtet
Volksbank FFB	40 %	Regionale Genossenschaftsbank
Sonstige	10 %	Historisch bedingt

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

sie am ehesten auch unseren Werten entspricht, möchten wir vor allem hier die Zusammenarbeit weiter intensivieren.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Der entscheidende Wert eines Unternehmens liegt nach unserer Auffassung im „human capital“. Soziale Investitionen werden gegenüber der Erhöhung der Kapitalerträge favorisiert. Unser Bestreben ist es, unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit, mit Umweltbewusstsein und im Sinne der Gemeinwohlökonomie unser Unternehmen zu führen und dabei auch wirtschaftlich gesund zu handeln.

Alle Gewinne werden in das Unternehmen reinvestiert. Es wurden keine Kapitalerträge ausgeschüttet. Damit ist es uns in den vergangenen Jahren gelungen, unser Stammkapital und somit unsere Eigenkapitalquote zu erhöhen. Das macht uns unabhängiger von Geldgeber:innen und Investor:innen.

Der im letzten Gemeinwohlökonomie-Bericht angesprochene Jahresplanungshorizont wurde, soweit unter der pandemiebedingten Ausnahmesituation möglich, umgesetzt. Die Belastung einer zunächst rasant zunehmenden Nachfrage in 2020 wurde - nach nur sehr kurzer Verschnaufpause - von steigenden Corona- und Quarantäne-Fällen unter den Mitarbeitenden abgelöst. Dieser bereits sehr langanhaltenden Dauerbelastung ist es geschuldet, dass die Absicherung des Tagesgeschäftes immer wieder prioritär vor große strategische Überlegungen gestellt werden musste. Wir erhoffen uns hier zeitnah wieder mehr Raum für langfristige strategische Entwicklung. Dennoch konnten wir in den letzten zwei Jahren folgende Projekte umsetzen:

Was?	Wann?	Geschätzter Betrag
PV-Anlage in der Leergut-Logistik-Mammendorf	2020	95.675 €
LKW-Waschplatz eingerichtet	2020	17.725 €
Dachreparatur LKW-Fachwerkstatt	2021	45.000 €
Dach Reparaturarbeiten	2020	600.000 €
Zaun Wankelstraße	2020	5.583 €

Lagererweiterung Überdachung Flaschenlager	2020	60.000 €
Elektro Tanksäulen	2020	14.241 €
LKW MAN	2020	35.458 €
LKW-Werbung	Laufend	43.000 €
Betriebsausstattung divers	2020	32.363 €
Geschäftsausstattung divers	2020	6.840 €
IT-Hardware	2020	6.580 €
Neuer Messeauftritt (Messestände)	2021	58.500 €
Scanner-Geräte	2021	300.000 €
Geringwertige Wirtschaftsgüter divers	2020	85.716 €

Zusammengefasst haben wir 2020 rund 900.000 € und 2021 430.000 € investiert.



Im Jahr 2022 planen wir die nächsten baulichen Investitionen: Das Firmengebäude soll um einen Aufzug erweitert werden. Es war uns ein lang gehegter Traum, in unserem Gebäude einen barrierefreien Zugang zu schaffen. Besucher:innen mit Gehbehinderung wollen wir den Besuch zu unserem Gebäude und zu unseren Seminarräumen ermöglichen. Außerdem gibt es dadurch die Möglichkeit zukünftig auch mit Menschen mit Gehbehinderung in unserem Team zusammenarbeiten zu können.

Insgesamt sind für das kommende Jahr folgende Investitionen geplant:

Was?	Wann?	Geschätzter Betrag?
Glasfaseranschluss	2022	8.000 €
Aufzug	2022	130.000 €
Gebäudeausbau	2022/23	500.000 €
30-jähriges Jubiläum inkl. GWÖ	2023	90.000 €
Kühlung für Lagererweiterung und Optimierung	2022/23	50.000 €

Desweiteren ist die Mittelverwendung für laufende Erneuerungen im Betrieb vorgesehen. Beispiele dafür sind: Digitalisierung, Personalausweitung, sowie Schulungen. Finanzieren werden wir diese teils durch aktuelle Rücklagen und teils durch die Neuaufnahme von Krediten.

Eine sehr große, aber bisher nicht abzuschätzende Investition wird die Umstellung „unserer“ Logistik-Flotte, weg vom Diesel, hin zu einer umweltfreundlicheren Antriebsmethode zur Reduzierung unserer CO₂-Emissionen sein. Zwar betrifft das vorwiegend unsere Partner-Unternehmen. Da die Logistik aber ein elementarer Teil unserer Geschäftstätigkeit ist, möchten wir bei dieser großen Umstellung tatkräftig unterstützen. Diskussionen, wie diese Umstellung gelingen könnte, haben bereits stattgefunden, eine Strategie ist allerdings noch in Arbeit. Gestartet hat Ökoring bereits damit, die ersten Leasing-Fahrzeuge für Mitarbeiter:innen auf Hybrid-Antrieb umgestellt zu haben. In den nächsten Jahren möchten wir hier auch eine Lösung für die LKWs finden.

Der Netto-Cashflow liegt bei 1,73 Mio. €. In 2020 wurden 600.000 € den Rücklagen zugeführt.

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

Geldmittel werden in der Ökoring Handels GmbH nicht unfair verteilt. Dieser Negativaspekt trifft nicht zu.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Grundsätzlich werden bei Investitionen der Ökoring Handels GmbH immer ökologische und soziale Aspekte im Auge behalten. Folgende Beispiele bezeugen dies:

- **Mobilität:** Im Bereich Mobilität haben wir einen neuen überdachten Fahrradständer für Mitarbeiter:innen, sowie mehrere neue E-Tankstellen installiert. Mit diesen Investitionen möchten wir unsere Mitarbeiter:innen einladen, ihren Weg in die Arbeit möglichst umweltfreundlich zurückzulegen. Die E-Tankstellen werden mit dem selbst erzeugten Strom aus der PV-Anlage auf dem Dach der Lager Logistik Mammendorf (LLM) versorgt. So können Mitarbeiter:innen und Besucher:innen umweltfreundlich auf unserem Gelände Energie tanken.



- **Kühltechnik:** Der gestiegene Absatz sowie eine Lagererweiterung hatten zur Folge, dass die alte Kühltechnikanlage nicht mehr genügend Leistung erbringen konnte. Diese wurde in 2021 erneuert. Durch die neu verbaute Technik ist es uns nun möglich, auch bei wachsendem Umsatz, die Energiekosten und damit auch die Emissionen auf gleichbleibendem Niveau zu halten.
- **Artenvielfalt:** Doch nicht nur firmenintern, sondern auch über unsere Geschäftstätigkeit hinaus, sehen wir uns in der Verantwortung sozial-ökologisch zu investieren. Im Jahr 2021 haben wir beispielsweise die Anlage von 12 ha Blühwiese in Thüringen mitfinanziert. Hier haben wir uns mit 250 € bei einer Crowdfunding-Kampagne eines guten Kunden und Partners von uns beteiligt und somit direkt in die Förderung von Biodiversität investiert.

Die erstmalige Erhebung unseres CO₂-Fußabdruckes 2021 für die Jahre 2019 und 2020 macht es möglich, die Umweltfreundlichkeit unseres Tuns zu analysieren und selbst zu reflektieren. Wir wollen

uns zukünftig weiter für Reduzierung unseres CO₂-Fußabdrucks einsetzen. Ziel ist es, sich in Richtung Null-Emissionen zu bewegen.

Bei der Erstellung einer CO₂-Bilanz eines Unternehmens werden alle relevanten Treibhausgasemissionen aufgelistet und berechnet. Dabei werden die direkten Emissionen (Scope 1), die Emissionen aus bezogener Energie (Scope 2) als auch weitere indirekte Emissionen (Scope 3) in der Berechnung unterschieden. Wir sind stolz darauf, dass wir uns im Bereich Scope 1 und 2 bereits auf einem sehr hohen Niveau befinden. Allerdings können wir als Großhandel ohne Scope 3 - bei uns vor allem die Logistik als essentielles Glied unserer Geschäftstätigkeit - nicht arbeiten. Deshalb wollen wir den hohen Emissionsausstoß durch die Auslieferung mit der LKW-Flotte auch als in unserer Verantwortung liegend betrachten und diese Verantwortung nicht alleine auf unsere Logistik-Partner-Unternehmen abwälzen. Da wir Partnerschaft so verstehen, dass wir uns in enger Zusammenarbeit gemeinsam weiterentwickeln und Herausforderungen bestreiten, sehen wir es als unsere Aufgabe unsere Logistik-Partner-Unternehmen bei der Umstellung auf eine CO₂-arme Technologie zu unterstützen. Dies bedarf Zeit, aber vor allem Geld. Außerdem braucht es auch noch weitere technische Entwicklung, um die immense km-Leistung, die in unserem Liefergebiet benötigt wird, mit alternativen Antriebssystemen bewältigen zu können. Nicht nur LKWs, sondern vermutlich die komplette Infrastruktur zur Kraftstoff- und/ oder Energieversorgung muss neu installiert werden. Die Eigenerzeugung von Strom müsste gleichfalls ausgebaut werden, um genügend sogenannten grünen Strom zur Verfügung zu haben. Das genaue Ausmaß ist uns heute noch nicht klar, eine erste Abschätzung (27,45 Mio. €, s.u.) macht uns aber bewusst, dass dies eines der kapitalintensivsten Investitionspakete in naher Zukunft sein wird.

LKW:

45 LKW x 130 T€ = 5,85 Mio. €

Infrastruktur je Tag:

je LKW: 400 kwh x 0,20 € x 300 Tage x 20 Jahre = 480.000 € x 45 = 21,6 Mio. €

Summe = 27,45 Mio. €

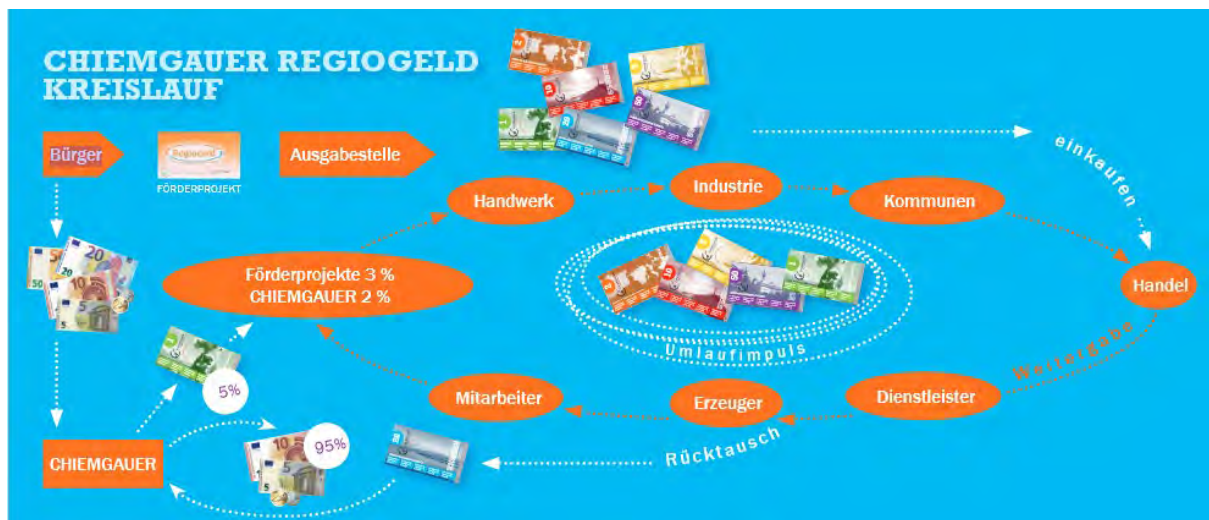
Darüber hinaus möchten wir in allen Bereichen unsere Investitionen in Hinblick auf den ökologischen Mehrwert noch stärker prüfen. Eine Art „Klimakonto“, welches in unserer Buchhaltung sowie bei allen strategischen Überlegungen mitberücksichtigt wird, könnte uns hierbei zukünftig helfen. Unser Ziel der Null-Emissionen wollen wir erreichen, indem wir die ökologischen Auswirkungen in unsere Investitionsentscheidungen von Anfang an ganzheitlich einbeziehen.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Ökoring steht hinter dem Ansatz von Regionalwährungen. Eine Regionalwährung hat zum Ziel, die Wertschöpfung in der Region zu belassen und den regionalen Wirtschaftskreislauf zu schließen. So können regionale Unternehmen und somit die Region allgemein gefördert werden. Ökoring unterstützt daher den „Chiemgauer“ von Anfang an. So können auch unsere Kund:innen mit dieser Währung bei uns bezahlen. So haben wir in den Jahren 2020 und 2021 folgenden Umsatz mit dem „Chiemgauer“ gemacht:

2020	61.478,15 €
2021	16.063,60 €

Kreislauf des „Chiemgauers“:



https://www.chiemgauer.info/fileadmin/user_upload/Kreislauf_2019__1_.pdf

Darüber hinaus haben wir auch in den letzten zwei Jahren wieder einige Genossenschaftsanteile von Kund:innen gezeichnet. Wir versprechen uns daraus die direkte Beteiligung und Unterstützung an sozio-ökologischen Projekten in der Region, wobei wir keine Rendite erwarten.

Projekt	Beschreibung	Unser Anteil
FoodHub München	Regionaler Mitgliederladen	1.800 € Genossenschaftsanteile
Herzstück Horgau	Regionalmarkt	2.400 € Genossenschaftsanteile

Einer Erweiterung unserer Genossenschafts-, sowie Genussrechtsanteile bei Kund:innen, Lieferant:innen stehen wir offen gegenüber.

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Die Ökoring Handels GmbH ist derzeit abhängig von Diesel als Kraftstoff und Erdöl für die PE-Wickelfolie zur Ladungssicherung. Wir beschäftigen uns schon seit Jahren mit Alternativen. Laut aktuellem Stand gibt es hier aber noch keine umsetzbare und alltagstaugliche Lösung, die sowohl ökologisch als auch ökonomisch sinnvoll wäre. Auch wenn wir mit einigen Maßnahmen bei der Ladungssicherung und dem Verpacken der Ware erfolgreich Wickelfolie einsparen konnten, ist der Verbrauch noch immer beträchtlich. Wir wünschen uns in diesem Bereich zeitnah tragfähige Angebote aus Wissenschaft, Politik und Industrie, sodass wir möglichst bald unabhängig von fossilen Energieträgern werden.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Ökoring ist firmiert als Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH). Dies wurde historisch durch den Zusammenschluss zweier Firmen entschieden und ist bis heute die Rechtsform unserer Wahl. So haben wir die Möglichkeit, auf gewisse Finanzmittel zuzugreifen, welche uns beispielsweise als Genossenschaft nicht zustünden. Noch dazu können wir in unserer Satzung fest verankern, was mit Ökoring und den erzielten Gewinnen passieren soll. Wir sind der Meinung, dass es darauf ankommt, wie eine Rechtsform gelebt wird. Bisher gingen alle von Ökoring erzielten Gewinne zurück in das Unternehmen und wurden reinvestiert.

Zur Bilanzsumme 2020 war das Eigenkapital auf folgende Bezugsgruppen verteilt:

Bezugsgruppe	Finanzierungsanteil in %
Tätige Mitarbeitende	23 %
Banken	0 %
Kund:innen	5 %
Lieferant:innen und Dienstleister	22 %
Sonstige Gesellschafter/ Personen	50 %

Die aktuelle politische Debatte, neue Rechtsformen zuzulassen, verfolgen wir aufmerksam. Allgemein stehen wir diesen offen gegenüber.

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Unsere Satzung schützt uns vor jeglicher Gefahr von feindlicher Übernahme, da bei einer Übertragung von Gesellschaftsanteilen eine 100%ige Zustimmung aller Gesellschafter:innen erforderlich ist.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Die Ökoring Handels GmbH handelt seit bald 30 Jahren regionale, nationale und internationale Bio-Lebensmittel. Die Unternehmensstrategie ist durch Stabilität und Kontinuität ausgezeichnet und fest in den Köpfen der Mitarbeitenden verankert. Der Handel mit gesunden und ökologischen Lebensmitteln ist für die Mitarbeitenden sinngebend. Flache Hierarchien, ein gutes Miteinander und ein Mitspracherecht der Mitarbeitenden zeugen von einer gut funktionierenden Zusammenarbeit und Unternehmenskultur.

Derzeit beschäftigt die Ökoring Handels GmbH 152 Menschen. Davon sind 106 Vollzeit, 26 Teilzeit und 20 geringfügig beschäftigt. 110 sind unbefristet und 42 befristet angestellt.

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Für unser Unternehmen ist die Bindung der Mitarbeitenden ein wichtiger Punkt. Die Motivation von Mitarbeitenden wirkt sich entscheidend auf ihre Leistungsbereitschaft und die Qualität ihrer Arbeit aus. Davon abgesehen, ist es uns ein selbstverständliches Bedürfnis, dass sich unsere Mitarbeitenden im Unternehmen ganzheitlich wohl fühlen.

Die Atmosphäre in unserem gemeinwohlorientierten Unternehmen möchten wir so gestaltet, dass Mitarbeitende bei Ökoring ein motivierendes Arbeitsumfeld vorfinden. Wir handeln mit wertvollen und lebensnotwendigen Nahrungsmitteln. Alleine das ist schon ein sinnstiftender Aspekt für einige Mitarbeitenden. Wir sind stets offen und bereit für notwendige Veränderungen, um unser Tun in Sachen Nachhaltigkeit zu optimieren. Besonders positiv empfinden unsere Mitarbeitenden den wertschätzenden Umgang untereinander, auch abteilungsübergreifend. Konflikte, die natürlich auch entstehen können, werden durch offene Gespräche versucht zu analysieren und gemeinsam nach Lösungen gesucht.

Unsere familiäre Unternehmenskultur ist ein Herzstück der Ökoring Handels GmbH. Wir arbeiten ständig daran, diese weiterzuentwickeln. Verbesserungsvorschläge seitens der Mitarbeitenden sind erwünscht und werden, wo es möglich ist, umgesetzt. Ein kleines Beispiel aus der jüngsten Vergangenheit, das sehr schön veranschaulicht, wie bereichernd solche Ideen sein können: In der allen Mitarbeitenden zur Verfügung stehenden Gemeinschaftsküche wurden auf neu angeschafften

Abfalleimern auf Anregung einer Mitarbeiterin hin statt Beschriftungen Aufkleber mit grafischen Abbildungen der verschiedenen Abfallarten angebracht. So fällt es nun auch den vielen Mitarbeitenden aus unterschiedlichen Herkunftsländern leichter, den Müll richtig zu trennen. In unserer „Wertvoll Handel(n)“ Arbeitsgruppe, in der sich alle Mitarbeitenden aus allen Abteilungen freiwillig einbringen können, entstehen fortlaufend Projekte aus solchen Ideen: eine Kleidertauschparty, ein After-Work-Treffen, verschiedene Kursangebote von Mitarbeitenden für Mitarbeitende, um nur ein paar zu nennen. Leider hat uns auch hier die Corona-Pandemie die letzten beiden Jahre ausgebremst. Aber all die Projekte wurden nur verschoben und deren Durchführung ist weiterhin geplant.

Flexible Arbeitszeiten im Rahmen der betrieblichen Möglichkeiten, Teilzeitmodelle und die Möglichkeit für das temporäre Arbeiten von zu Hause aus sind im Unternehmen etabliert. Mittelfristig ist eine Mitarbeitenden-Umfrage geplant, welche ab Start in regelmäßigen Abständen stattfinden wird. Bis dahin werden wir eine „Feedback-Box“ im Gebäude installieren, in die alle Mitarbeitenden zu jeder Zeit anonym Rückmeldung geben können, ob positiv oder negativ. Dadurch möchten wir aufkommende Probleme frühzeitig erkennen, eventuelle Maßnahmen einleiten und so ein niederschwelliges Kommunikationsangebot allen Mitarbeitenden zur Verfügung stellen. Langfristig liegt es uns am Herzen, eine Mitarbeitenden-Umfrage zu etablieren. Dieses Ziel werden wir weiter forcieren.

Neue Mitarbeitende werden mit einer wandgroßen Beamer-Projektion im Eingangsbereich begrüßt. Am ersten Arbeitstag erhalten diese eine Willkommensmappe mit allen relevanten Informationen.

Sobald sich Mitarbeitende in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis befinden, besteht das Angebot einer betrieblichen Altersvorsorge.

Darüber hinaus steht seit 2003 den Mitarbeitenden einmal im Jahr die Möglichkeit zur Verfügung, Genussrechte zu erwerben. Mitarbeitende haben so die Möglichkeit sich auch finanziell am Unternehmen zu beteiligen und sich dadurch noch mehr mit der Firma zu identifizieren. Gleichzeitig gelten bei dieser Art der Beteiligung besondere steuerliche Vergünstigungen. In 2020 konnten wir durch eine interne Kampagne 38 Mitarbeitende gewinnen, Genussrechte zu zeichnen.

Da eine konfliktlösende Unternehmenskultur deutlich besser für das Arbeitsklima ist, versuchen wir auftretende Probleme möglichst schnell und für alle Beteiligten fair zu lösen.

Im Wesentlichen sind drei Hierarchieebenen etabliert: Die Geschäftsleitung, die Abteilungsleitenden und die Abteilungsmitarbeitenden. Tauchen Konflikte oder Fehler auf, so werden diese so weit möglich auf direktem Weg, auf Augenhöhe und geprägt von gegenseitigem Respekt mit den

jeweiligen Abteilungsleitenden besprochen. Greift dieses Vorgehen in Ausnahmesituationen nicht, können die Mitarbeitenden auch ohne große Hindernisse die Geschäftsführer direkt ansprechen. Um sichtbar zu sein, besuchen diese mindestens einmal die Woche alle Abteilungen.

Durch Eigenverantwortung und Selbstorganisation können die Stärken und Talente der Mitarbeitenden gefördert werden. Deshalb erhöhen Maßnahmen, in der Mitarbeitende sich eigenverantwortlich einbringen können, die Qualität der Arbeit.

In der AG „Wertvoll Handel(n)“ haben Mitarbeitende aus allen Abteilungen die Möglichkeit, sich mit ihren Ideen rund um die Themen Nachhaltigkeit und Gemeinwohl einzubringen. Die AG trifft sich einmal im Monat und ist für alle Mitarbeitenden offen, die sich hier freiwillig engagieren möchten.

Verglichen zu 2017 (Fluktuationsrate von 33%) konnte wir die Fluktuationsrate bis 2020 (14,7%) um fast die Hälfte reduzieren.

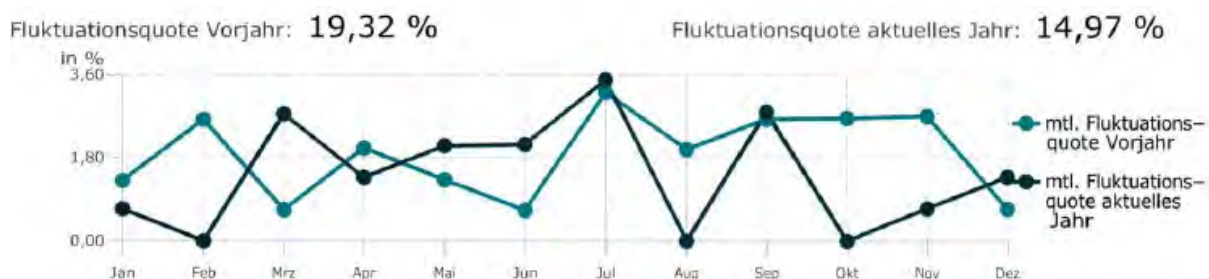


Abbildung 1: Stand Dezember 2020

2021 ist diese leider wieder leicht angestiegen (18,39 %).

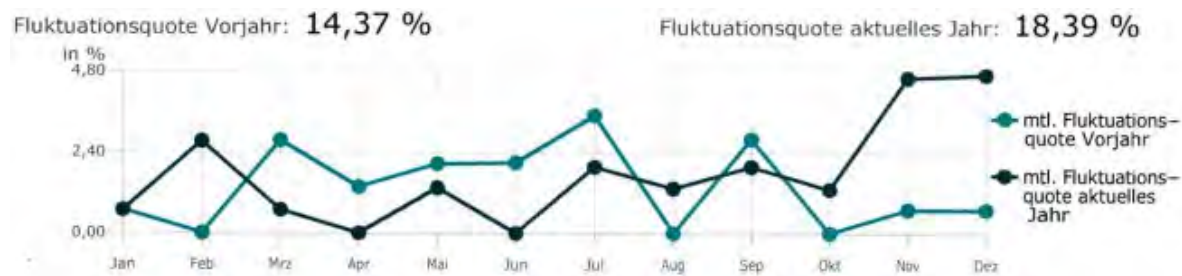


Abbildung 2: Stand Dezember 2021

Die Fluktuationsrate wieder zu senken, ist eines unserer wichtigen Ziele. Allgemein streben wir eine Rate von unter 10 % an. Hierzu werden wir einen Maßnahmen-Katalog erarbeiten.

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit liegt bei 7 Jahren und 7 Monaten.

Im Durchschnitt erhalten wir um die vier Initiativbewerbungen pro Monat. Wie viele es genau in den letzten zwei Jahren waren, können wir aus datenschutzrechtlichen Gründen leider nicht rückverfolgen, da diese nach Prüfung direkt gelöscht und vernichtet werden.

Eine Mitarbeitenden-Umfrage ist wie bereits an anderer Stelle erwähnt, bisher nicht etabliert. Dies wollen wir in den nächsten Jahren allerdings stärker in den Fokus nehmen. Ein Austausch zwischen Mitarbeitenden und deren Abteilungsleiter:innen findet in der Regel bei den wöchentlich stattfindenden Teambesprechungen statt. Die Geschäftsführung schaut mindestens einmal pro Woche durch alle Abteilungen und macht sich ein persönliches Bild von jedem Mitarbeiter und jeder Mitarbeiterin. So zeigen sie Präsenz und stellen sich direkten Fragen sowie Rückmeldungen. Außerdem werden wir wie oben bereits erwähnt eine „Feedback-Box“ im Gebäude installieren.

Um auch Menschen mit Gehbehinderung einen Arbeitsplatz in unserem Unternehmen zu bieten, wird 2022 ein Aufzug in unsere Geschäftsstelle integriert.

Ökoring unterstützt seine Mitarbeitenden bei der sowohl persönlichen, als auch beruflichen Weiterbildung. Hierfür stehen unseren Mitarbeitenden mindestens ein Seminar (ca. ein Arbeitstag) über Binako (Bildungsnetzwerk Naturkost) zu. Darüber hinaus werden Veranstaltungen/ Workshops/ Bildungs-Angebote auf Anfrage von Ökoring bezahlt oder zumindest bezuschusst. Beispielsweise haben zwei Mitarbeitende im Außendienst die Webinare „Grundlagen der Kalkulation“ sowie „Öko-Fairer Handel in Nord und Süd – der Anbauverband Naturland stellt vor“ teilgenommen. Mitarbeitenden aus dem Qualitätsmanagement konnten Online-Veranstaltungen zu folgenden zwei Themen besuchen: „Wareneingang und Grundlagen der Obst- und Gemüsequalität“ und „der HACCP-Teamleiter“.

Darüber hinaus haben wir im November 2021 zwei Lager-Mitarbeitenden die Finanzierung ihrer zweijährigen berufsbegleitenden Ausbildung als Lageristen zugesagt.

Allgemein fördern wir unsere Mitarbeitenden, indem wir klare Aufgabenbereiche mit ihnen absprechen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten gemeinsam definieren sowie auf Stärken und Talente eingehen (Bsp. Italienisch sprechende Mitarbeitende im Einkauf).

Zur Motivation von Mitarbeitenden haben wir im Ökoring ein Bonus-System etabliert. So erhält jeder/ jede Mitarbeitende eine Ticket-Plus-Card. Diese wird alle drei Monate, an welchen keine krankheitsbedingten Fehltage zu verzeichnen sind, mit einem gewissen Geldbetrag aufgeladen. Mit dem Guthaben kann in vielen deutschlandweit teilnehmenden Unternehmen eingekauft werden.

Um unsere Fluktuationsrate in Richtung unter 10 % zu bewegen, werden wir unsere unternehmensinterne Struktur auf Verbesserungspotential hin analysieren und Maßnahmen ergreifen. Hierzu werden wir uns zunächst dem Thema Mitarbeitenden-Umfrage annehmen. Auch

werden wir unser firmeninternes Seminar- und Bildungsangebot für unsere Mitarbeitenden wiederaufleben lassen.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Mitarbeitende verbringen meist einen Großteil ihrer Zeit am Arbeitsplatz. Um Belastungen zu reduzieren und ihre Gesundheit zu schützen, treffen wir umfangreiche Maßnahmen. So möchten wir die berufliche Belastung auf ein Minimum reduzieren, Arbeitsunfälle vermeiden sowie Berufskrankheiten vorbeugen.

In den letzten zwei Jahren hat uns die spezielle Lage der Corona-Pandemie vor große Herausforderungen gestellt. Der Umsatz stieg zwischenzeitlich um die 40 % an. Unsere Mitarbeitenden haben in dieser Zeit dank ihrer Solidarität etliche Überstunden geleistet. Nach einer ruhigeren Phase erhöhte sich die Arbeitsbelastung immer wieder durch Corona-Ausfälle – durch Krankheit, aber auch durch Quarantäne. Insgesamt sind unser Umsatz und damit auch die anfallenden Arbeiten gestiegen. Durch die angespannte Lage auf dem Arbeitsmarkt, ist eine Aufstockung des Personals leider nicht so leicht möglich, wie wir uns das wünschen würden. Dennoch erhoffen wir bald wieder personell ausreichend aufgestellt zu sein.

Die Senkung der Krankheitsquote und der Anzahl an Betriebsunfällen ist uns ein ständiges Anliegen. Uns ist es sehr wichtig an dieser Stelle das komplette Verbesserungspotenzial auszuschöpfen. So konnten wir beispielsweise mit unserem Lagerverwaltungssystem Logis die Arbeit unserer Mitarbeitenden erheblich erleichtern. Dies hat Auswirkung auf die Zeiten der Arbeitsschichten. Vor allem die Schicht am Abend ist seitdem wesentlich früher zu Ende. Betriebsunfälle konnten wir in den letzten zwei Jahren glücklicherweise nur zwei vermerken.

Arbeitsplätze sollen sicher, gesund und menschengerecht gestaltet sein. Arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren müssen so gut es geht vermieden werden. Regelmäßige Arbeits- und Hygieneschulungen durch die QM sind in der Ökoring Handels GmbH selbstverständlich etabliert. Wenn Mitarbeitende Verbesserungsvorschläge zum Arbeitsschutz äußern, werden diese gerne angehört, bewertet und gegebenenfalls angenommen. Sich daraus ergebende Veränderungen sind bereits sichtbar: Beispielsweise wurden 2020 auf Wunsch einiger Mitarbeitenden ein Großteil der Büro-Arbeitsplätze so umgerüstet, dass nun Arbeiten sowohl im Sitzen, als auch im Stehen möglich ist.

Die Arbeitsplätze im Lager sind naturgemäß eher von Betriebsunfällen betroffen. Unser Qualitätsmanagement arbeitet kontinuierlich mit den jeweiligen Bereichen an der Optimierung der

Sicherheit unserer Arbeitnehmenden. Sicherheitsschuhe der Klasse S1 sowie robuste Arbeitskleidung werden selbstverständlich vom Unternehmen gestellt. Dazu bieten wir in regelmäßigen Abständen arbeitsmedizinische Untersuchungen an. Das betrifft vor allem Arbeitnehmende, welche in ihrem Arbeitsalltag bei uns diesbezüglich einer erhöhten Belastung ausgesetzt sind. Die Untersuchungen werden aber allen Mitarbeitenden angeboten. So auch im Januar 2021: Für Fahr-, Steuer- und Überwachungstätige wurden ein Seh- und ein Hörtest, für am Bildschirm arbeitende nur ein Sehtest angeboten. Insgesamt haben 16 Mitarbeitende die verschiedenen Untersuchungen wahrgenommen.

Vor allem in unserem Tiefkühl-Lager sind Mitarbeitende einem verstärkten Gesundheitsrisiko ausgesetzt. Durch den starken Temperatur-Unterschied von Außen- und Lagertemperatur kommt es hier vermehrt zu Erkältungen und somit zu krankheitsbedingten Ausfällen. Wir zahlen eine Kälte-Zulage für diese besonderen Arbeitsbedingungen. Auch hier wird eine den speziellen Anforderungen entsprechende Arbeitsschutzkleidung von Ökoring zur Verfügung gestellt, welche wir stets bereit sind nach neustem Wissensstand zu optimieren. Es ist z.B. geplant wärmende Heizmatten am Boden vor der TK-Kammer zu installieren, sodass sich das Schuhwerk schneller wieder erwärmen kann. Um krankheitsbedingte Ausfälle zukünftig besser auffangen zu können, werden wir diesen Bereich personell aufstocken.

Die allgemeine Anzahl an Fehltagen im Ökoring sah in den letzten beiden Jahren folgendermaßen

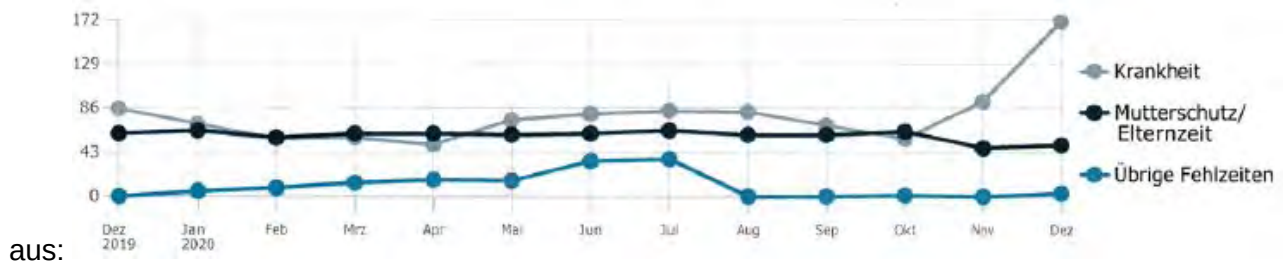


Abbildung 3: Krankheitsquote 2020

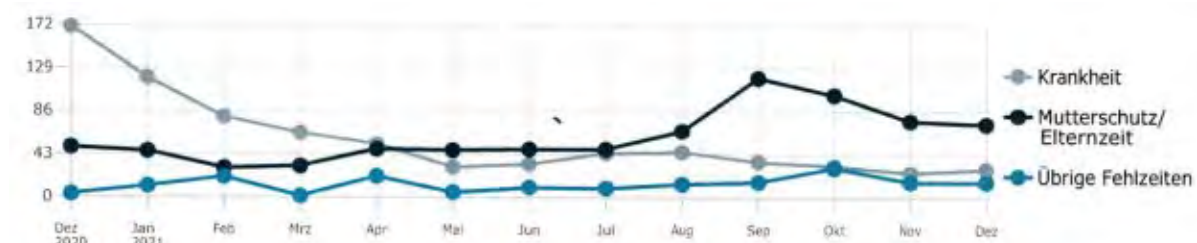


Abbildung 4: Krankheitsquote 2021

So lag die Krankheitsquote für 2020 bei circa 2,99 % und für 2021 bei circa 1,96 %. Darüber, ob Mitarbeitende trotz Krankheit im Unternehmen tätig waren, haben wir keine Informationen. Ökoring akzeptiert den Krankheitsstatus seiner Mitarbeitenden und übt an dieser Stelle keinerlei Druck auf diese aus.

Arbeitsunfälle werden bei uns genau dokumentiert. Kleinere Unfälle wie ein Schnitt werden mit Material unseres Verbandskastens versorgt sowie von unserem Qualitätsmanagement dokumentiert, aufgenommen und im Qualitätsmanagement abgelegt. Maßnahmen resultieren daraus nur, wenn es zu einer signifikanten Häufung bestimmter Unfälle/ Verletzungen gekommen ist. Größere meldepflichtige Betriebsunfälle werden vom Rettungsdienst versorgt und in unserer Personalabteilung verwaltet.

Aktuell befinden sich sieben Ersthelfer:innen und Sicherheitsbeauftragte in der Firma, welche in regelmäßigen Abständen geschult werden. Da auch psychische Belastungen, sowohl beruflich als auch privat, nicht zu unterschätzen sind, möchten wir unsere Ersthelfer:innen zukünftig auch im Hinblick auf psychische Erkrankungen schulen. So können wir im besten Fall bereits frühzeitig auf psychische Schief lagen eingehen und geeignete Maßnahmen ergreifen.

In unserer AG Wertvoll Handel(n) haben wir darüber hinaus bereits erste Pläne zur Einführung von betriebsinternen Gesundheits-Kursen, wie Yoga, Rückenschule oder autogenes Training. In diese Richtung möchten wir unbedingt weiterdenken, sobald es uns die pandemische Lage wieder gestattet.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Vielfalt zu stärken und zu pflegen und zugleich die Chancengleichheit zu wahren, ist ein nicht immer leicht umzusetzendes, aber erfolgreich zu nutzendes Ansinnen. Jede Arbeitnehmerin, jeder Arbeitnehmer hat eigene Talente und Fähigkeiten. Diese möglichst passend für die Arbeitnehmenden und erfolgsversprechend für die Firma einzusetzen, birgt großes Potential. Diversität und Chancengleichheit sind für uns nicht nur in unserer Firmenphilosophie verankerte Werte, sondern zugleich Werkzeug für erfolgreiches Arbeiten. Aus diesem Grund möchten wir diese, wo es nur geht, fördern.

Viele unserer Mitarbeitenden kommen aus unterschiedlichen Herkunftsländern zu uns. Um diese bestmöglich in unser Unternehmen zu integrieren, bieten wir Deutsch-Kurse an und unterstützen gegebenenfalls bei der Wohnungssuche. Wir wissen über die teils sehr prekäre Situation im Herkunftsland und versuchen auf spezielle Erfordernisse einzugehen. Im Notfall haben Einzelpersonen auch Kredite genehmigt bekommen, wenn zum Beispiel im Herkunftsland die Familie in einer Notsituation ist, weil eine kostspielige Krankenbehandlung nötig wird. Um unsere Mitarbeitenden in all diesen persönlichen Belangen und bürokratischen Anforderungen, welche auf sie zukommen, unterstützen zu können, haben wir die Arbeitsstelle Personal-Koordinator:in

geschaffen, die über die Schichtplanung hinaus den Mitarbeitenden mit Rat und Tat zur Seite steht. So werden Mitarbeitende bei Behördengängen begleitet und beim Ausfüllen von Formalitäten unterstützt, auch über die Arbeitserlaubnis hinausgehend.

Grundsätzlich entscheiden die beruflichen Fähigkeiten Arbeitssuchender und Erfordernisse des jeweiligen Arbeitsplatzes, ob wir Bewerbende einstellen können. So ist ein Minimum an Sprachkenntnissen in der deutschen Sprache unabdingbar, um in unserem Lager arbeiten und die technischen Geräte bedienen zu können. Wir fördern die Integration und sehen die kulturelle Vielfalt unserer Belegschaft als absoluten Mehrwert. Aktuell stammen unsere Mitarbeitenden aus 24 unterschiedlichen Nationen. Von 15 Abteilungsleitenden haben drei einen Migrationshintergrund.

Darüber hinaus sind bei uns sechs Mitarbeitende mit Schwerbehinderung angestellt.

In unserem Unternehmen arbeiten Menschen mit unterschiedlichen Religionen und Überzeugungen, die wir prinzipiell respektieren. Wir geben ihnen, soweit es unser Betriebsablauf zulässt, Raum für religiöse Praktiken, wie das regelmäßige Gebet muslimischer Mitarbeitenden.

Systematische Befragungen zur Benachteiligung von Mitarbeitenden wurden bisher nicht durchgeführt, sind allerdings in Planung.

Grundlegend hat jeder Mitarbeiter, jede Mitarbeiterin die Möglichkeit im Unternehmen aufzusteigen. Lebendiges Beispiel hier ist unser Geschäftsführer Christoph Weigl, welcher einst als Praktikant zu Ökoring gekommen ist.

2021 wurden 27 Mitarbeitende eingestellt. Von den aktuell 152 Mitarbeitenden sind 57 Frauen und 95 Männer, 54 % über und 46 % unter 40 Jahre alt. Bezüglich der sexuellen Orientierung sowie der Religionszugehörigkeit erheben wir keine Daten.

Im Jahr 2020 wurden insgesamt 24 Monate Mütterkarenz genommen. Im Jahr 2021 waren es insgesamt 30 Monate, davon nur ein Monat von einem Vater.

Demografische Daten 2021	Weiblich	Männlich	Gesamt
Mitarbeitende	57	95	152
Unter 40 Jahre alt	/	/	46,43 %
Über 40 Jahre alt	/	/	53,57 %
Mütter-/ Väterkarenz	29 Monate	1 Monat	30 Monate
Schwerbehinderung	/	/	6

Abteilungsleitende mit Migrationshintergrund	/	/	3 von 15
Anzahl an Nationalitäten	/	/	24
Neueinstellungen	/	/	27

Die Schaffung eines möglichst vorurteilsfreien Arbeitsumfeldes wird von der Geschäftsleitung vorgelebt. Bei jeder Einstellung wird im Vorstellungsgespräch bereits das Thema Diversität angesprochen und die Bereitschaft dazu abgefragt. Allerdings kann es trotzdem durchaus zu Konflikten kommen. Diese werden direkt und auf kurzem Wege mit den Vorgesetzten besprochen und dabei nach einer einvernehmlichen Lösung gesucht. Der Wunsch des Kollegiums nach Empathie im Miteinander und Verständnis für Diversität wird immer wieder thematisiert. Ein Kommunikations-Hilfsmittel sind hier großflächige Projektionen unseres zentral angebrachten Beamers, auf denen wir unseren Mitarbeitenden sowohl allgemeine Neuigkeiten, Informationen zu ökologischen oder arbeitsrelevanten Themen, als auch solche, die das tägliche Miteinander betreffen, einfach formuliert (möglichst barrierefrei) nahelegen. Ein weiteres Mittel der Kommunikation sind die Info-Bretter aus dem Qualitätsmanagement, die die Informationen detaillierter und umfassender vermitteln. Im Bereich Lager und Logistik ist die Internationalität besonders hoch und deshalb mehrsprachig zu formulieren.

Während im Frühjahr 2020 die regionalen landwirtschaftlichen Betriebe durch die Schließung der Grenzen große Personalschwierigkeiten bei Fehlarbeiten zu bewältigen hatten, haben wir mit insgesamt ca. 20 Mitarbeitenden aus verschiedenen Arbeitsbereichen (Verwaltung, Lager, Logistik, Geschäftsleitung) für zwei Tage bei der Erdbeer- und Spargelernte geholfen. Auch wenn wir professionelle Erntehelfer:innen im Arbeitspensum niemals ersetzen konnten, haben wir dennoch ein Zeichen der Verbundenheit und Solidarität gesetzt. Ebenso ist unsere Wertschätzung für die Arbeit der internationalen Erntehelfer:innen seither nochmal gestiegen. Ganz abgesehen davon, dass auch die Zusammengehörigkeit unter unseren aus verschiedenen Abteilungen gemischten Teams gefördert wurde.

2021 wurde mit ca. 20 Mitarbeitenden aus allen möglichen Abteilungen und Hierarchiestufen ein eintägiges Wertschätzungs-Seminar besucht. Dies diente vorerst als Testlauf. Die Etablierung solcher Seminare/ Workshops wird nun für alle Mitarbeitenden weiterverfolgt.

Zur Förderung der unternehmensinternen Kommunikation und der Beziehungen unter den Mitarbeitenden über die einzelnen Abteilungen hinaus wurde im Rahmen der Arbeitsgruppe „Wertvoll Handel(n)“ ein regelmäßig stattfindender, außerbetrieblicher „Feierabend-Treff“ in einem Café oder einer Kneipe geplant. Leider mussten wir auch hier aufgrund der geltenden Maßnahmen

zur Eindämmung der Corona-Pandemie unsere Planungen vorerst auf Eis legen. Sobald wieder möglich, werden wir diese weiterverfolgen.

Auch möchten wir Mitarbeitenden zukünftig wieder Exkursionen zu unseren Lieferant:innen anbieten. Auch diese Ausflüge warten auf ein Ende der akuten Pandemie.



Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

In der Ökoring Handels GmbH gibt es keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die Ausgestaltung der Arbeitsverträge obliegt der Geschäftsführung. Die Verträge sind grundsätzlich angelehnt an die Tarifverträge für Groß- und Außenhandel. Mitarbeitende haben dennoch Mitspracherecht. Beidseitige Kompromisse im Sinne der Fairness sind dabei zentrale Punkte.

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Für Mitarbeitende sind neben der Sicherheit des Arbeitsverhältnisses auch faire Löhne essenziell. Besonders im Ballungsraum München sind die Lebenshaltungskosten hoch. Für die unternehmensinterne Stimmung und das Arbeitsklima ist ein offener und transparenter Umgang damit von bedeutender Rolle. Daher werden allen Mitarbeitenden auf Wunsch die Zusammensetzung ihres jeweiligen Gehaltes offengelegt.

Darüber hinaus wurde wie oben bereits erwähnt im November 2021 zwei Auszubildenden die Finanzierung ihrer berufsbegleitenden Ausbildung zum/ zur Lagerist:in zugesagt.

Unser Unternehmen bietet allen Mitarbeitenden einen lebenswürdigen Verdienst. Laut dem Bundesministerium für Bildung und Forschung liegen die Lebenshaltungskosten für München durchschnittlich bei 1.666,82 Euro (https://www.haufe.de/immobilien/entwicklung-vermarktung/marktanalysen/lebenshaltungskosten-wer-nach-muenchen-zieht-zahlt-am-meisten_84324_454646.html). Somit liegen die gezahlten Gehälter im Mittelfeld der standortabhängigen Verdienste. In der Ökoring Handels GmbH werden gewerblich Angestellte übertariflich bezahlt. Aber auch über das Gehalt hinaus, kümmert sich die Firma mit verschiedenen Maßnahmen um die Mitarbeitenden. Mit dem Ticket-Plus-Card System werden Bonuszahlungen geleistet. Auf Wunsch werden Überstunden ausgezahlt. 16 Mitarbeitenden werden Dienstwägen zur Verfügung gestellt. Die Tickets für den ÖPNV von Zuhause zum Arbeitsplatz werden 5 Mitarbeitenden gezahlt. Der Medianverdienst der Firma liegt bei 3.581,01 €, die Einkommensspreizung bei 2,3.

Aufgrund der pandemiebedingten Mehrbelastung der Mitarbeitenden und der von Ökoring entgegengebrachten Dankbarkeit, haben wir in den letzten zwei Jahren jeweils eine Corona-Prämie ausgezahlt.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Bei der Arbeitszeiterfassung und der Verteilung von Arbeiten ist für uns wichtig, dass alle Mitarbeitenden gleichwertig behandelt werden. Die Wochenarbeitszeit in Vollzeit beträgt 38,5 Stunden. Die 30 Stunden-Woche ist bei uns aktuell nicht möglich, da wir unseren Mitarbeitenden leider kein so hohes Gehalt auszahlen können, sodass diese ihren Lebensunterhalt mit 30 Wochenstunden bestreiten können. Auch würde sich für viele Mitarbeitende der lange Anfahrtsweg so nicht lohnen. Ein weiterer Grund ist der aktuelle Mangel an Arbeitskräften, sodass wir zu wenige Arbeitskräfte für die anfallende Arbeit zur Verfügung haben würden. 106 Mitarbeitende arbeiten in Vollzeit, 26 in Teilzeit.

Die Arbeitszeiterfassung in der Firma geschieht über einen elektronischen Chip, den jeder/ jede Mitarbeitende bei der Einstellung erhält. An mehreren Stellen in der Firma kann sich mit diesem ein-, beziehungsweise ausgestempelt werden. So wird jede geleistete Überstunde erfasst und dementsprechend wieder abgebaut oder ausbezahlt – je nach Wunsch des/ der Mitarbeitenden. Im Homeoffice wird die geleistete Arbeitszeit von den jeweiligen Mitarbeitenden auf Vertrauensbasis schriftlich in unserer Personalabteilung abgegeben.

Rückstellung Personalkosten (nicht ausbezahlte Überstunden in €, netto)

2020	132.000 €
2021	67.000 €

In der Ökoring Handels GmbH gibt es je nach Abteilung und Aufgabengebiet gewisse Kernarbeitszeiten. Früheres Gehen oder späteres Kommen ist in Absprache mit dem jeweiligen Team möglich, sofern die vertraglich vereinbarten Stunden in Summe eingehalten werden. Im Lager sind wir auf Schichtbetrieb angewiesen. Dort ist die Einhaltung fester Arbeitszeiten für die Gewährleistung der Arbeitsabläufe notwendig.

Aufgrund der im Großhandelsbereich üblichen starken saisonalen Umsatzenschwankungen im Jahresverlauf können Überstunden kaum vermieden werden. Vereinzelt leisten Mitarbeitende gerne Überstunden, da sie dadurch ihren Lohn erhöhen können.

Im Großraum München herrscht aktuell eine Personalmangelsituation für den Bereich Lagermitarbeitende, so bekommen auch wir nicht genügend adäquate Bewerbungen auf unsere Stellenausschreibungen, um unser Personal aufzustocken. Hier sehen wir absoluten Handlungsbedarf. Dies geschieht zum einen dadurch, dass wir mehr Geld für die Stellenausschreibungen auf verschiedenen Job-Portalen in die Hand nehmen. Zum anderen müssen wir uns hier vermehrt mit dem Angebot von Zusatzleistungen befassen, welche über den Lohn hinausgehen. Hier gibt es wie oben beschrieben schöne Ideen aus der Gruppe „Wertvoll Handel(n)“, die aber bisher durch die Hygienemaßnahmen in der Corona-Pandemie noch nicht verwirklicht werden konnten.



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

Wir sind der Meinung, dass die Ausgestaltung einer positiven Work-Life-Balance ein wichtiger Faktor auch in Bezug auf die Gesundheit der Mitarbeitenden ist.

Wir bieten in unserem Unternehmen Vollzeit- und Teilzeitstellen sowie die geringfügige Beschäftigung an. So nahmen 2021 vier unserer Führungskräfte, sowohl weiblich als auch männlich, ein Teilzeit-Modell in Anspruch.

Wir legen großen Wert darauf, dass unsere Mitarbeitenden nach Arbeitsschluss auch wirklich Freizeit genießen können. Sehr selten und nur im Notfall werden Mitarbeitende außerhalb ihrer Arbeitszeiten kontaktiert.

Arbeiten Mitarbeitende erheblich zu viel, gehen wir aktiv auf diese zu und sensibilisieren diese, wie wichtig Pause-Zeiten für die persönliche Gesundheit und Balance sind. Allgemein sind wir der Meinung, dass eine gewisse Selbstorganisation in unserem Unternehmen erheblich zur Work-Life-Balance der einzelnen Mitarbeitenden beiträgt.

Im gesamten Unternehmen wird gelebt und kommuniziert, dass wir uns gegenseitig unterstützen. Wir leben eine offene Fehlerkultur. Dies vermindert persönlichen Stress und Ärger. Ist das Arbeitsverhältnis in und zwischen den verschiedenen Teams harmonisch produktiv, kann auch mit positiver Energie in die Freizeit gegangen werden. Diesem Anliegen sind natürlich Grenzen gesetzt. Arbeitsspitzen lassen sich nicht völlig vermeiden. Aber wir versuchen immer wieder in einen „Miteinander-Modus“ zu finden, der trägt.

Wo möglich wird seit den letzten zwei Jahren zunehmend auch die teilweise Arbeit im Homeoffice angeboten. Dabei ist uns für den Zusammenhalt in der Firma wichtig, dass eine gewisse Arbeitszeit auch im Unternehmen vor Ort stattfindet. Nur so kann der Team-Geist von Ökoring vollumfänglich ausgelebt werden.

2020, während dem ersten Corona-Lockdown, als alle Kinderbetreuungseinrichtungen geschlossen wurden, hat sich Ökoring direkt um eine betriebsinterne Lösung zur Kinderbetreuung von Angestellten gekümmert. Für Eltern, welche ihre Kinder bei Hausaufgaben und der Betreuung selbst unterstützen mussten, wurde die Möglichkeit für Homeoffice geschaffen und auch mal Minus-Stunden akzeptiert. Damit wollten wir den Mitarbeitenden Stress nehmen und somit die Doppel-Belastung so gering wie möglich halten.

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

In der Ökoring Handels GmbH existieren keine ungerecht ausgestalteten Arbeitsverträge.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Als Handelsunternehmen von 100% ökologischen Lebensmitteln legt Ökoring auch bei der Verpflegung seiner Mitarbeitenden besonders hohen Wert auf die Qualität und Herkunft der Lebensmittel. So wird bei Firmenevents, Seminaren und auch im Alltag von Ökoring ausschließlich Bio-Qualität angeboten.

Es steht den Mitarbeitenden ein gemeinsamer Bio-Obstkorb in unserer Betriebsküche zur Verfügung.

Unseren Mitarbeitenden eine warme Mahlzeit am Arbeitsplatz zu ermöglichen, wäre uns ein großes Anliegen. Dabei haben wir die Herausforderung die individuellen Arbeitszeiten aller Mitarbeitenden in den Planungen zu berücksichtigen. Erste Schritte fanden hierzu 2020 statt. Wir hatten bereits einen Koch engagiert, welcher zum Start einmal wöchentlich für alle Mitarbeitenden, und somit angepasst an die verschiedenen Schichtzeiten, in 100 % Bio-Qualität und mit Zutaten, welche von uns nicht mehr verkauft werden können, kochen sollte. Leider konnte dies durch die pandemiebedingten Einschränkungen nie in die Tat umgesetzt werden. Sobald sich die Lage endlich wieder stabilisiert hat, möchten wir an dieser Stelle unbedingt weitermachen.

Erfreulicherweise haben sich immer mal wieder, solange es die Bedingungen zugelassen haben, zwischendurch zwei Mitarbeiterinnen gefunden, welche aus nicht mehr handels-, aber noch verzehrfähigen Lebensmitteln eine kostenfreie sowohl vegetarisch als auch fleischarme Mahlzeit für alle Mitarbeitenden gekocht haben.

Aktuell steht allen Mitarbeitenden eine professionell ausgestattete Küche zum Kochen oder Erwärmen mitgebrachter Speisen zur Verfügung. In der Küche besteht ebenfalls die Möglichkeit gemeinsam zu essen. Unsere Dachterrasse lädt bei passendem Wetter ein, im Freien zu sitzen. Allen Mitarbeitenden stehen während der Arbeitszeit Mineralwasser, Kaffee und Tee kostenfrei zur Verfügung.

Für Mitarbeitende, welche sich keine eigene Verpflegung mitgebracht haben, bietet unser kleines „Lädchen“ die Möglichkeit, sich mit Waren aus dem Ökoring-Sortiment, wie Snacks, Convenience-Produkten oder einer schnellen Pasta während des Arbeitstags zu versorgen. Das Lädchen ist für alle geöffnet und beinhaltet Artikel, welche durch Bemusterungen oder Bruch nicht mehr in ganzen Gebinden verkauft werden können. Die Preise entsprechen Großhandels-Preisen und sind somit vergünstigt im Vergleich zum normalen Ladengeschäft. Darüber hinaus können sich alle Mitarbeiter:innen wünschen, welche Artikel sie dort gerne einzeln für den Arbeitsplatz oder Zuhause kaufen möchten.

Für Mitarbeitende, welche dieses Angebot nicht nutzen möchten und sich lieber klassisch mit belegten Brötchen oder Backwaren verpflegen möchten, kommt vormittags ein externer Lieferservice vorbei. Dieser bietet leider keine Bio-Qualität an. Erste Überlegungen, wie wir solch ein Angebot auch in Bio schaffen könnten, fanden bereits statt, sind aber leider aktuell für uns nicht umsetzbar. Durch die Möglichkeit, dass unsere Mitarbeitenden direkt bei uns Bio-Lebensmittel vergünstigt einkaufen können und das Bewusstsein unserer Mitarbeitenden im Hinblick auf Bio-Lebensmittel relativ groß ist, schätzen wir die allgemeine Verpflegung am Arbeitsplatz aus ökologischer Herkunft auf derzeit ca. 60 %.



Nicht selten kommt es vor, dass Waren aufgrund eines zu geringen Mindesthaltbarkeitsdatums nicht mehr verkauft werden können. Ökoring stellt diese allen Mitarbeitenden kostenlos zur Verfügung, statt diese direkt zu entsorgen. Somit leisten wir direkt einen Beitrag zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und unsere Mitarbeitenden freuen sich über hochwertige Lebensmittel.

Zusätzlich hat jeder/ jede Mitarbeitende die Möglichkeit Lebensmittel aus dem gesamten Sortiment in Verpackungseinheiten zu Großhandels-Preisen einzukaufen. So fördern wir die gesunde Ernährung auch über den Arbeitstag hinaus.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Das Thema „nachhaltige Mobilität“ gewinnt durch den Klimawandel an immer mehr Bedeutung. Auch wir befassen uns stetig mit unseren Möglichkeiten, hier besser zu werden.

So haben wir 2021 drei Betriebswägen nach Ablauf der Leasing-Verträge gegen Hybrid-Fahrzeuge eingetauscht. Weitere sollen folgen. Um diese und auch andere Hybrid-/ Elektro-Fahrzeuge laden zu können, wurden acht neue Elektroladesäulen rund um die Firma installiert. Sie werden mit dem Strom der hauseigenen Photovoltaik-Anlage versorgt. So können wir diese nahezu klimaneutral betreiben.

Vor dem Haupteingang steht - an prominentem Platz - sichtbar und als Einladung für alle Mitarbeitenden seit 2020 ein überdachter Fahrradständer, der erfreulicherweise zunehmend von Mitarbeitenden sowie Besucher:innen genutzt wird. Auch steht unseren Mitarbeitenden ein Elektro-Fahrrad für die Nutzung am Betriebsstandort zur Verfügung.



Die S-Bahn-Haltestelle Mammendorf ist in fünf Gehminuten zu erreichen. So fördern wir die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel (ÖPNV) durch die Kostenübernahme von Fahrtickets.

Einer informellen Abfrage (Rückmeldung von 26 Mitarbeitenden aus dem administrativen Bereich) zufolge verwendeten 2020 86 % der Mitarbeitenden das Auto, 6 % die ÖPNV und 6% das Fahrrad oder kamen zu Fuß, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen.

Leider ist der ÖPNV in den umliegenden Dörfern nicht besonders stark ausgebaut. So können wir nicht von allen Mitarbeitenden erwarten, vom Auto auf diesen umzusteigen. Fahrgemeinschaften sind unter Kolleg:innen bereits etabliert. Um an dieser Stelle mit unseren Mitarbeitenden einen Schritt weiter zu gehen, könnten wir uns ein Leasing-Modell für E-Bikes, welches allen Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt wird, vorstellen. Vielleicht ermöglichen wir so manch einer/ einem den Umstieg vom Auto auf ein umweltfreundlicheres Verkehrsmittel.

Nicht zuletzt hat hier auch das vermehrte Angebot von Homeoffice einen Effekt. Damit können einige Auto-Kilometer und somit CO₂-Emissionen eingespart werden. Hier gilt es eine gute Balance zu finden, zwischen dem Team-Geist in der Firma und der Flexibilität des Arbeitens von Zuhause aus.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Unsere Mitarbeitenden werden auf verschiedenen Wegen und durch vielseitige Maßnahmen für die ökologische Prozessgestaltung des Unternehmens sensibilisiert. Unsere Firmenphilosophie wird jeder und jedem neuen Mitarbeitenden durch unsere Willkommensmappe nahegelegt. Wesentliche Punkte daraus werden jährlich kommuniziert. So ist diese allen Mitarbeitenden zu 100% klar.

Als Großhändler von Bio-Lebensmitteln ist unsere Unternehmenskultur weitgehend von ökologischen Aspekten geprägt. Wir fördern regionale und kleinbäuerliche Wertschöpfungsketten, indem wir bevorzugt mit BioRegionalen Erzeuger:innen und Produzent:innen zusammenarbeiten.

Des Weiteren ist unsere Logistik stets bestrebt die LKW-Touren so ressourcenschonend wie möglich zu planen. So erfolgt beispielsweise bei Auslieferung direkt die Abholung von Pfandartikeln, wie auch die Abholung von Ware auf der Tour liegender Liefer-Betrieben.

Ökoring ist es wichtig, dass potenzielle Mitarbeitende gegenüber Bio-Produkten eine gewisse Offenheit sowie ein ökologisches Bewusstsein zeigen.

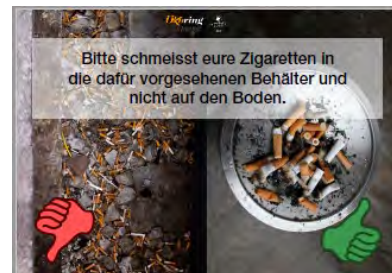
Bei Weiterbildungsangeboten spielen ökologische Themen eine ausschlaggebende Rolle. Das im Verbund mit anderen Bio-Großhandels-Unternehmen in Deutschland unterhaltene Bildungsnetzwerk Naturkost, kurz Binako, bietet laufend Seminare und Webinare zu verschiedenen

ökologischen Themen an. Auf Anfrage können Mitarbeitende kostenfrei daran teilnehmen. <https://www.binako.de/de>. Ein Bio-Einstiegs-Seminar steht neuen Mitarbeitenden offen. Ein Pool an aufgezeichneten Webinaren steht allen Mitarbeitenden jederzeit zur Verfügung.

Auch in der Firma möchten wir alle Mitarbeitenden immer wieder für nachhaltige Themen sensibilisieren. Ein Beispiel für Sensibilisierungsmaßnahmen ist die Integration der 2015 von der UN ins Leben gerufenen „sustainable development goals“ (UN-Nachhaltigkeitsziele) im Firmengebäude. Seit 2020 werden diese intern verstärkt kommuniziert, mittels Beamer und über Social Media. Wir haben flexibel einsetzbare Sitzwürfel, betrukt mit den verschiedenen Zielen, für unseren Besprechungsraum, Flur sowie Messen angeschafft. Die genauen Inhalte projizieren wir immer wieder mit hauseigenem Beamer auf eine große Wandfläche im Eingangsbereich. Seit Sommer 2021 sind die Ziele auch fest an einer Säule im Flur unseres Firmengebäudes angebracht. Aktuell planen wir eine Installation außerhalb des Firmengebäudes. Indem man bei Ökoring immer wieder auf diese Ziele stößt, erhoffen wir uns eine tagtägliche Rückbesinnung auf die großen Ziele unserer Gesellschaft.

Unsere 2020 gegründete AG „Wertvoll Handel(n)“ beschäftigt sich mit allen möglichen ökologischen Themen. Wir haben damit Zeitinseln geschaffen, uns regelmäßig für Nachhaltigkeit in unserem Arbeitsalltag zu engagieren. Hier ermöglichen wir einen „think tank“, um vielfältigen Ideen zu Nachhaltigkeit, Umweltschutz und sozialen Belangen innerhalb des Unternehmens Raum zu geben. Wir sind stolz darauf, schon in kurzer Zeit viele Erfolge verzeichnen zu können:

- So wurde beispielsweise ein Spülmitteldosierungsspender in der Küche installiert, der die maßvolle Nutzung von Seife ermöglicht, inklusive kleiner erklärender Hinweis-Schilder.
- Um die Raucher:innen für die Auswirkungen von Zigarettensymbolen in unserer Umwelt zu sensibilisieren, arbeiten wir seit 2021 mit der Initiative „TobaCycle“ zusammen. Diese recycelt die höchst umweltschädlichen Zigarettensymbol zu großen Sammeltonnen sowie praktischen kleinen Taschenaschenbechern. Die Aschenbecher haben wir unter den Raucher:innen verteilt. Die Tonnen haben wir zum Sammeln von neuen Kippen um das Firmengelände aufgestellt. Begleitet wird diese Aktion mit mehrsprachigen Plakaten.



- Während der Abfallvermeidungswoche hat die AG für Mitarbeitende eine Kleidertauschparty angedacht, um auch im Bereich Textilien Mitarbeitende zu sensibilisieren. Leider konnte diese Aktion aufgrund der Corona-Pandemie nicht durchgeführt werden. Sobald es die pandemische Situation zulässt, möchten wir diese Pläne wiederaufnehmen.
- Alle Büros sind mit Restmüll- und Papiermülleimern versorgt. Des Weiteren können Mitarbeitende in unserer Küche Bio-, Restmüll und Wertstoffe (Papier, Plastik und Glas) trennen.
- Wird Ökoring-Mitarbeitenden Essens-Verpflegung zur Verfügung gestellt, so ist diese zu 100% in Bio-Qualität.
- Zur Mitarbeitenden-Hygiene werden ausschließlich ökologisch abbaubare Reinigungs- sowie Desinfektionsmittel verwendet.
- Alle Mitarbeitenden können auf das komplette Vollsortiment von Ökoring zugreifen und somit ökologische Lebensmittel, Wasch- und Reinigungsmittel, sowie Kosmetika zum Großhandelspreis einkaufen. So schätzen wir den Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten sowie den Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden auf 95 %.

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

In der Ökoring Handels GmbH werden Verschwendung und unökologisches Verhalten weder geduldet und schon gar nicht angeleitet.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Viele unserer Mitarbeitenden haben Ideen und Impulse, die sie einbringen wollen. Durch eine möglichst hohe Transparenz bei über- sowie innerbetrieblichen Entscheidungen wird dieses Potential gefördert. Die aktive und engagierte Teilhabe von Mitarbeitenden ist eine wertvolle Ressource und begründet die Leistungsfähigkeit und den Erfolg des Unternehmens.

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Über organisatorische und strategische Entscheidungen oder allgemeine Informationen, die für die Firma wichtig sind, wird in der zweiwöchentlich anberaumten Abteilungsleiter:innenrunde informiert. Jede:r Abteilungsleiter:in ist dazu verpflichtet, für alle Mitarbeitenden relevante Informationen in die einzelnen Abteilungen weiterzutragen.

Wichtige Ankündigungen und Neuerungen werden per Email und unterstützend am Beamer, dessen Projektionen für alle Mitarbeitenden sichtbar sind, abgebildet. Zusätzlich haben alle die Möglichkeit firmenrelevante Daten anzufragen, solange diese nicht dem Datenschutz unterliegen. Wenn Fragen auftauchen, stehen den Mitarbeitenden als erste Instanz die Abteilungsleitenden als Ansprechpartner:innen zur Verfügung. Wenn nicht anders möglich, können sie sich gegebenenfalls auch direkt an die Geschäftsleitung wenden.

Grundsätzlich werden kritische und wesentliche Daten auf Anfrage preisgegeben. Darunter fallen Umsatzzahlen (liegen den Schicht- und Abteilungsleitenden vor), Löhne und kritische Entscheidungen. Lediglich der DSGVO unterliegenden Daten oder Betriebsgeheimnisse, wie neue Kooperationen oder Investitionen, werden erst bekannt gegeben, wenn sie feststehen und vorab in einem kleinen Kreis besprochen worden sind. So schätzen wir den Grad der Transparenz auf 80 %. Anhand der Mitarbeitenden-Umfrage möchten wir zukünftig herausfinden, ob in dieser Richtung mehr Interesse an Teilhabe und Austausch besteht.

Leider funktioniert der Kommunikationsfluss nicht immer so gut, wie wir es uns gerne wünschen würden. Schichtarbeit im Lager sowie Arbeitsspitzen lassen die Wichtigkeit von Kommunikation immer wieder schnell in den Hintergrund rücken. Um hier anzusetzen und dem entgegenzuwirken, haben wir uns dazu entschieden, für alle Mitarbeitenden relevante Informationen auch am Beamer mitzuteilen.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

In einem inhabergeführten Unternehmen hat die Geschäftsführung eine hohe Verantwortung gegenüber allen Mitarbeitenden und dem gesamten Unternehmen. Daher entscheiden diese darüber, wen sie als Führungskraft einsetzen möchten. Die Legitimierung von Führungskräften durch eigene Mitarbeiter wurde noch nicht erprobt.

Grundlegende Entscheidungen werden von der Geschäftsführung und in Absprache mit den Abteilungsleitenden getroffen. Gegebenenfalls werden Meinungen von einzelnen Mitarbeitenden miteinbezogen.

Was dagegen abteilungsinterne Ziele betrifft, sind die einzelnen Abteilungen selbst dafür verantwortlich, sich im Rahmen unserer IFS-Zertifizierung jährliche Ziele zu setzen und diese im Nachhinein zu evaluieren. Hier sind wir über das Mitwirken aller Mitarbeitenden dankbar und möchten sie darin weiter aktiv bestärken.

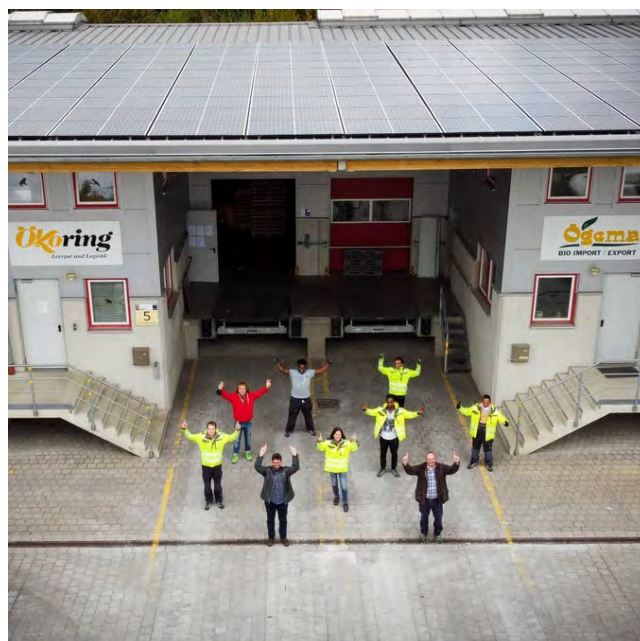
Wird deutlich, dass mehrfach Konflikte zwischen Mitarbeitenden und Führungskraft auftreten, werden punktuell Gespräche geführt und gegebenenfalls Maßnahmen ergriffen. Eine etablierte Instanz für Feedback soll eine Feedback-Box bieten. Konkret ansprechen möchten wir diese Thematik später in einer Mitarbeitenden-Umfrage.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Um die Stimmung und das Arbeitsklima unternehmensintern zu fördern, ist es wichtig, dass Mitarbeitende einbezogen werden. Wir beziehen sie in Bezug auf Zielsetzungen in nahezu zu 100 % aller Fälle mit ein und ermöglichen ihnen, sich auch bei Entscheidungen, welche deren Arbeitsbereiche betreffen, mit einzubringen. Dies geschieht über Teamsitzungen in den einzelnen Abteilungen oder auch abteilungsübergreifend.

Wir versuchen stetig die Partizipation der Mitarbeitenden zu steigern. Eine zukünftige Mitarbeitenden-Umfrage könnte auch an dieser Stelle eine Möglichkeit zur Reflexion bieten und offenlegen, ob sich unsere Mitarbeiter:innen in Entscheidungen wirklich eingebunden fühlen.

Allgemein fördern und begrüßen wir den Willen zu Verantwortungsübernahme im Unternehmen.



Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Die Ökoring Handels GmbH verhindert die Gründung eines Betriebsrats nicht.

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

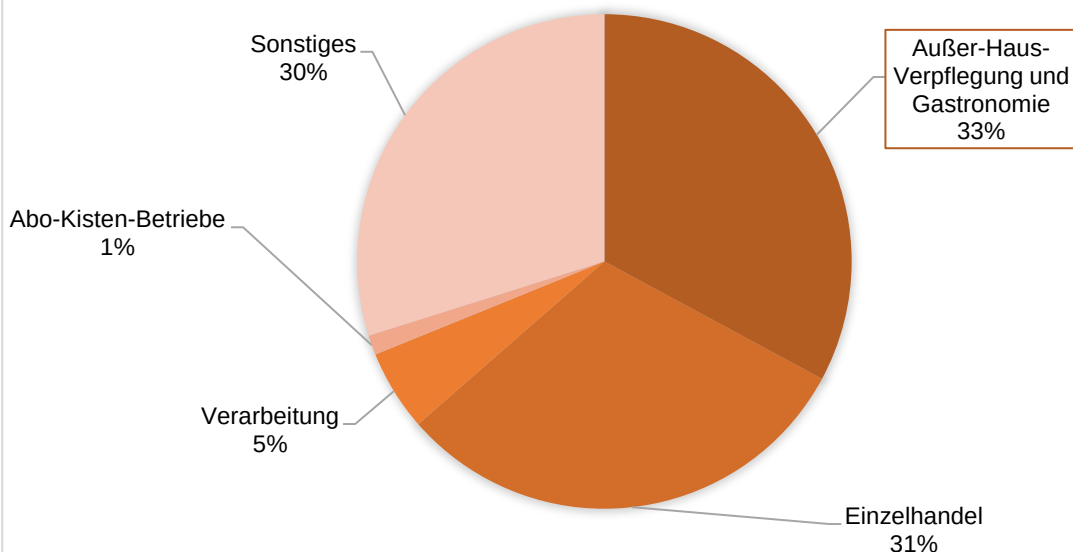
Unsere Idee von Nachhaltigkeit beinhaltet auch die langfristige Zufriedenheit unserer Kund:innen. Wir pflegen den persönlichen Kontakt. Dies zeigt sich insbesondere in der Mitarbeitenden-Anzahl, die in der Kundenkommunikation aktuell beschäftigt sind:

- Zwei Mitarbeiterinnen für die Neukundenbetreuung
- sechs Mitarbeiter:innen zur allgemeinen Kundenbetreuung im Außendienst
- 13 Mitarbeiterinnen zur Kundenbetreuung sowie zur Bestellannahme im Innendienst

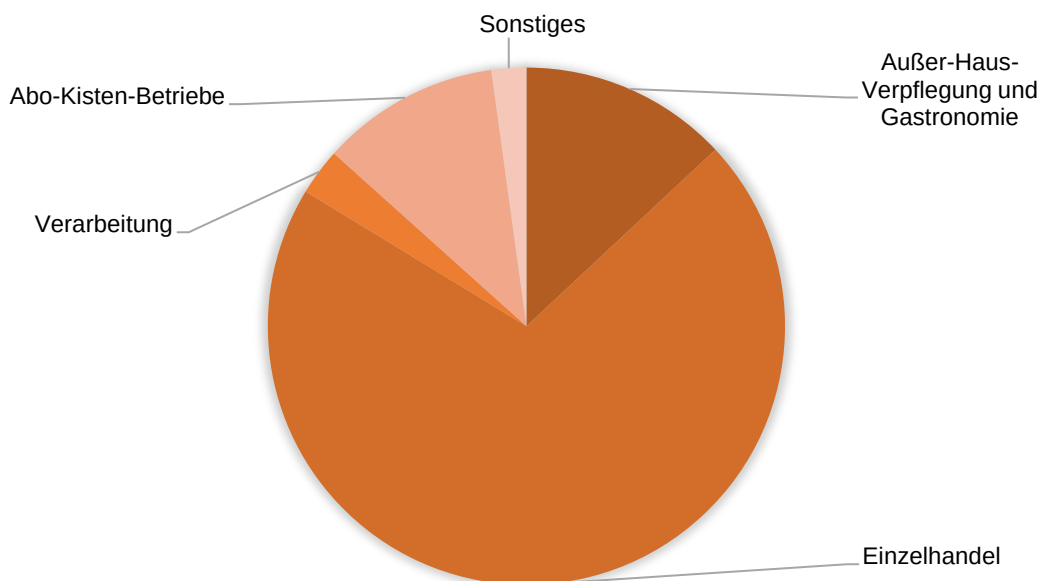
Alle Mitarbeiter:innen haben umsatzunabhängige Verträge sowie keinerlei Vorgaben, wie viel Zeit diese in bestimmte Kund:innen investieren dürfen. Das Verhältnis zwischen Mitarbeiter:innen und Kund:innen basiert auf großem Vertrauen und ist deshalb auch meist freundschaftlich. Dies wurde uns mit einer Umsatzsteigerung während der Corona-Pandemie im Sommer 2020 von teilweise um die 40% plus bestätigt. In dieser turbulenten Zeit hatten wir ein Notfall-Telefon mit nahezu 24h-Erreichbarkeit eingerichtet. Dieses wurde beispielsweise bei kurzfristiger pandemiebedingter Schulschließung zur Absage von Warenlieferungen genutzt. Ökoring hat während dieser Zeit das komplette Risiko auf sich genommen und somit den Gastronomiebetrieben eine große Belastung abgenommen.

Wir handeln ausschließlich B2B (Business to Business). Zu unseren potenziellen Kund:innen zählen der Naturkostfachhandel, Abokisten-Betriebe, Unverpackt-Läden, Verarbeiter:innen, Bäckereien, Bio-Supermärkte, Bio-Hofläden, Marktstände, Reformhäuser, Getränkemärkte, Bio-zertifizierte Onlineshops, Heimdienste, Metzgereien, Mühlen, Restaurants, Cateringunternehmen, Kantinen, Kindertageseinrichtungen, Kindergärten, Schulen, Krankenhäuser, Mensen, Hotels, Event-Gastronomie, Reha-Einrichtungen, Senioren- und Altenheime, sowie diverse Vereine. Wir beliefern Kund:innen in unserem Tourengebiet im Raum Bayern, Südtirol und Teilen Österreichs.

ANZAHL KUND:INNEN NACH KUNDENGRUPPE 2021



UMSATZ NACH KUNDENGRUPPEN 2021



Wer bei Ökoring als Kund:in aufgenommen und von uns beliefert werden möchte, sollte sich für Bio aus Überzeugung entschieden haben, zu unserer Firmenphilosophie passen und einen Umsatz von etwa 25.000 € im Jahr anstreben. Dies entspricht der wöchentlichen Bestellung zum Mindestbestellwert von 480 € übers gesamte Jahr (ab 2022 angepasster MBW 550.- €). Kund:innen, welche diesen Jahres-Umsatz nicht erreichen können, bieten wir die Option der Abholung der Ware bei uns im Lager in Mammendorf oder dem Umschlag-Lager in Nürnberg zu einem geringeren Mindestbestellwert von 300 €.

Kund:innen, welchen wir keine Zusammenarbeit anbieten können, verweisen wir an Ökokisten-Betriebe aus der Region oder die Manager:innen der Ökomodellregionen in Bayern. Selbstverständlich bestätigen hier Ausnahmen die Regel, sodass wir nach intensiver Prüfung hier auch mal Abweichungen zulassen, wenn diese zu 100% zu unserer Unternehmensphilosophie passen und wir sie aus intrinsischen Gründen gerne unterstützen möchten.

Um auch die Belieferung von kleineren Küchen, wie beispielsweise von Kindereinrichtungen, sowohl ökonomisch als auch ökologisch sinnvoll zu gestalten und diese mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln zu versorgen, sind wir stets bestrebt Kooperationen mit Betrieben einzugehen, welche eine kleinstrukturierte Logistik haben. So können wir kleinere Betriebe nicht nur ökonomisch, sondern auch ökologisch sinnvoll beliefern. Wir sind sehr froh darüber, dass wir sowohl die „Die Rollende Gemüsebox“ bei Augsburg als auch die „Ökokiste Kirchdorf“ bei München seit 2020 zu unseren treuen Kooperations-Betrieben zählen können, die von uns kommissionierte und fakturierte Ware – für beispielsweise Kindergarten-Küchen und Kantinen kleinerer Betriebe – annehmen und ausliefern. Des Weiteren konnten wir durch die Kooperation mit „Biokistl“ unser Liefergebiet nach Südtirol ausweiten.

Für Zielgruppen mit besonderen Anforderungen, wie beispielsweise Abo-Kisten-Betriebe, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, Unverpackt-Läden, Kund:innen aus Südtirol sowie Großverbraucher und Verarbeiter:innen haben wir 2020 spezielle abteilungsübergreifende Fachteams bestehend aus drei bis sechs Mitarbeiter:innen aus dem Außendienst, Verkauf sowie Einkauf eingeführt, welche sich den spezifischen Kund:innen-Ansprüchen und –Wünschen widmen.

Aus dem Erstgespräch mit Neukund:innen sowie den Berichten der Kolleg:innen im Außendienst geht hervor, dass zunehmend Interessierte auf Grund von Empfehlungen oder positiver Presse- sowie Medienarbeit auf uns zukommen. Dies bestätigt unsere gute Arbeit, worüber wir sehr stolz sind. Des Weiteren gelangen sie per Internetrecherche, Messeauftritte oder unsere Anwesenheit bei Veranstaltungen zu uns.

In den Jahren 2020 und 2021 wurden über Ökoring 26 redaktionelle Beiträge in Zeitschriften und/oder online veröffentlicht. Des Weiteren haben wir in den beiden Jahren insgesamt zwölf Anzeigen geschaltet.



In der folgenden Tabelle sind all unsere geplanten und tatsächlich stattgefundenen Messeauftritte in 2020 und 2021 aufgelistet. Messen dienen uns vor allem zur direkten und persönlichen Kontaktpflege von Bestands-Kund:innen, als auch der Neukund:innen-Akquise.

<u>Messe</u>	<u>Ort</u>	<u>Zeitraum</u>	<u>Unsere Zielgruppe</u>
Hotel	Bozen	coronabedingt ausgefallen	Hotellerie Südtirol
Biolife	Bozen	coronabedingt ausgefallen	Südtirol allgemein
Biosüd	Augsburg	coronabedingt ausgefallen	Unsere Region im Fokus
Biofach	Nürnberg	12.02 – 15.02	Komplette Naturkost-Branche (national/ international)

Messen 2020

<u>Messe</u>	<u>Ort</u>	<u>Zeitraum</u>	<u>Zielgruppe</u>
Hoga	Nürnberg	17.10 – 19.10	Hotellerie und Gastronomie (AHV)
Hotel	Bozen	18.10 – 21.10	Hotellerie Südtirol
Biolife	Bozen	04.11 – 07.11	Südtirol allgemein
Biosüd	Augsburg	03.10	Unsere Region im Fokus
Biofach	Digital	17.02 – 20.02	Komplette Naturkost-Branche (national/ international)

Messen 2021

Wir nehmen bayernweit regelmäßig am Austausch mit den Ökomodellregionen oder bei Veranstaltungen, wie „Bio kann Jeder“ für die Gemeinschaftsverpflegung teil. Im Jahr 2021 konnten wir beispielsweise bei unseren Messeauftritten auf der Biosüd in Augsburg, der HOGA in Nürnberg sowie der „Biolife“ und der „Hotel“ in Bozen neue Kontakte knüpfen. Aber auch um unsere Bestandskunden wieder einmal persönlich sehen zu können, haben wir für die Biosüd 426 kostenlose Messtickets an unsere Kund:innen verschickt. Unseren Messestand haben wir, nach



einem Jahr Pause in 2020, 2021 großzügig gestaltet und unsere Kund:innen sowie Interessierten dieses Mal nicht nur mit leckerem Kaffee und Zimtschnecken, sondern auch mit sowohl alkoholischen als auch alkoholfreien Cocktails und unserem eigenen Girotondo-Wein verköstigt. Wir konnten um die 1.000 Besucher:innen erreichen und verwöhnen.

Bestandskund:innen werden von unserem Verkaufs- und Vertriebsteam persönlich betreut. Dies geschieht teils telefonisch und teils durch regelmäßig stattfindende Kund:innenbesuche.



Unser Anspruch liegt darin, unseren Kund:innen den bestmöglichen Service zu bieten. Aus diesem Grund fragen wir die Zufriedenheit unserer Kund:innen alle zwei Jahre anhand einer Kund:innen-Umfrage ab. Diese haben wir zuletzt im Dezember 2021 durchgeführt. Die Umfrage bestand aus 72 Fragen aus den unterschiedlichen Geschäftsbereichen von Ökoring. Unsere Kund:innen hatten so die Möglichkeit gezielt Rückmeldung geben zu können und ihre (Un-)Zufriedenheit bzw. Wünsche und Anregungen zu äußern. Die Ergebnisse der Umfrage werden ausgewertet und den jeweils betroffenen Abteilungen zur Verfügung gestellt, sodass diese gegebenenfalls gezielte Maßnahmen ergreifen können. Eine intensive Bearbeitung der Kund:innen-Umfrage wird von unserem Team im Außendienst durchgeführt. Diese setzen sich mit Kund:innen, welche bei der Bearbeitung der Umfrage ihre Kundennummer angegeben haben, direkt in Verbindung und besprechen die aufgeführten Punkte. Bei unserer letzten Umfrage haben 222 Kund:innen aus den Bereichen Naturkostfachhandel (36%), Gastronomie und AHV (26 %), Abo-Kisten (5,5 %) und Sonstiges (Unverpackt-Läden, Hofläden, Kindertageseinrichtungen, 32,5 %) teilgenommen. Wir halten diese Umfrage daher als repräsentativ für unseren gesamten Kund:innenstamm. Unsere Kund:innen schätzen an uns besonders:

- Regionalität
- Qualität der Grünen Frische (Obst und Gemüse)
- Persönlicher Kontakt
- Freundlichkeit aller Mitarbeiter:innen
- Flexibilität

An Anregungen haben sie uns vor allem folgende Punkte mit auf den Weg gegeben:

1. Digitalisierung
2. Verpackung weiter reduzieren
3. Onlineshop Erneuerung

Wir freuen uns über dieses Ergebnis und die Anregungen. Dies bestätigt, dass wir uns mit unserer Unternehmensstrategie auf dem richtigen Weg befinden.

Mit Fragen, Beschwerden oder Anregungen können sich unsere Kund:innen grundsätzlich zu jeder Zeit an alle Mitarbeitenden aus der Kundenbetreuung wenden. Die Koordination der steten Optimierung unserer internen Abläufe wird über den Vertrieb, sowohl im Innen- als auch im Außendienst, gesteuert. So können wir einen bestmöglichen Service bieten.

Reklamationen werden zeitnah bearbeitet. Hierfür haben wir einen etablierten Ablauf sowie ein einfach verständliches Formular für unsere Kund:innen. Nach Eingang des Formulars sowie zeitnaher Sichtung und Prüfung der reklamierten Ware wird unseren Kund:innen eine sofortige Gutschrift ausgestellt.

Problematiken, welche eine gewisse Häufigkeit aufzeigen, werden entweder an das Qualitätsmanagement (Unzufriedenheit mit der Ware) oder an den Vertrieb (Unzufriedenheit mit dem Service) weitergegeben. Diese setzen sich mit den betroffenen Kund:innen in Verbindung, prüfen jeweils die Fehlerquelle und koordinieren mögliche Maßnahmen zur Verbesserung. Hierzu wird die interne Kommunikation zwischen Verkauf, Vertrieb, Faktura und Logistik stetig optimiert. So haben wir eine extra Stelle eingerichtet, welche spezielle Anfragen für mehrere Abteilungen im Unternehmen sowie die Kommunikation zwischen Kolleg:innen im Innen- und Außendienst koordiniert. In unserer einmal im Monat stattfindenden Vertriebssitzung werden größere Themen mit allen wichtigen beteiligten Abteilungen besprochen sowie Maßnahmen beschlossen. Unsere intensive Kund:innenbetreuung von aktuell sieben Kolleg:innen im Außendienst ermöglicht es uns, einen besonders engen und persönlichen Kund:innenkontakt zu pflegen. Dies schätzen unsere Kund:innen sehr und betonen dies in unseren Kund:innen-Umfragen, wenn es um die Frage der Besonderheit von Ökoring geht.

Unsere Zusammenarbeit während der Corona-Pandemie:

Wir sind Kund:innen, vor allem aus den Bereichen Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, aber auch Unverpackt-Läden, seit Beginn der Pandemie 2020 mit geringeren Mindestbestellwerten und verlängerten Zahlungszielen entgegengekommen. Diese Unterstützungsmöglichkeit steht ihnen auch bis ins Jahr 2022 unter Absprache mit unserem Außendienst weiterhin zur Verfügung. Für den plötzlichen Ausfall des Wintertollwoods sowie aller Weihnachtsmärkte in Bayern 2021 hat Ökoring

die vollen Kosten der speziell für die Kund:innen beschafften Ware getragen. Kein Kunde/ keine Kundin musste die bereits bestellte Ware abnehmen oder bezahlen.

In den Jahren 2020 und 2021 haben wir für Marketing, Messen und Werbung folgende Beträge ausgegeben:

Jahr	2020 (netto)	2021 (netto)
Marketing	18.700 €	19.900 €
Messen	9.800 €	77.400 €
Werbung	89.000 €	118.800 €

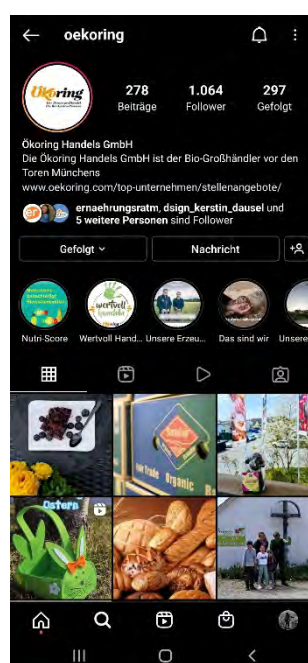
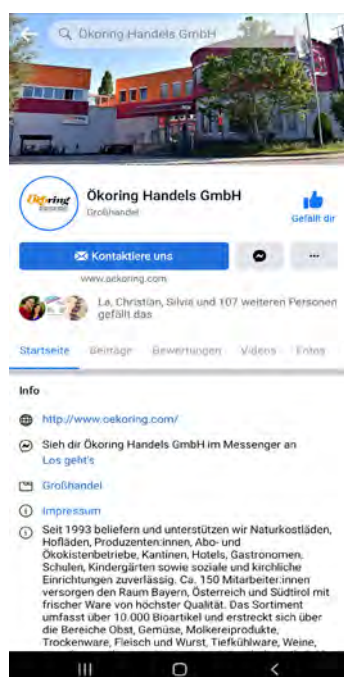
Wir stehen zu 100% für den Handel mit Bio-Lebensmitteln. Die gute Beziehung zu Kund:innen, welche diese Philosophie ebenfalls teilen, ist uns sehr wichtig. Wir fördern den inhabergestützten Einzelhandel wie auch Bio in der Außer-Haus-Verpflegung und die daran angrenzenden Geschäftsbereiche. Gemeinsam setzen wir uns für einen Lebensmittelmarkt mit bis zu 100% gesunden Nahrungsmittel für Mensch, Tier und Natur ein. Daher richtet sich unser Marketing an aufgeklärte Kund:innen, welchen die Besonderheiten von Bio-Lebensmitteln grundsätzlich bekannt sind. Um unseren Produkten ein Gesicht zu geben, berichten wir transparent über unsere Lieferant:innen, so oft es uns möglich ist. Info-Material, welches wir erstellt haben, können unsere Kund:innen kostenfrei für deren Werbung nutzen. Mit diesen verschiedenen Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit machen wir aufmerksam auf neue/ besondere Produkte und ihre Hersteller:innen – auch um diese Artikel gut einzuführen und zu verkaufen. Darüber hinaus wollen wir aber unsere Kund:innen und deren Kundschaft mit auf eine Bildungsreise nehmen: Warum bio? Warum regional? Die Vorzüge biologischer Lebensmittelerzeugung und eines nachhaltigen Lebensstils fließen quasi automatisch in unser Marketing ein. Mit den Verkaufshilfen unserer Initiative „BioRegional“ helfen wir unseren Kund:innen zusätzlich in ihren Läden, Restaurants oder Kantinen etc. dieses Wissen weiterzutragen. Unser Ziel ist, die nachhaltige Versorgung unserer Region mit Bio-Lebensmitteln in hoher Qualität sicherzustellen. Ökoring selbst ist in dieser Aufgabe

„nur“ der Vermittler. Im Vordergrund stehen daher in unserer Kommunikation die Wertschätzung gegenüber unseren Erzeugern und Erzeugerinnen sowie Hintergrundinfos zu deren Produkten.



Allgemeine Informationen über uns und unsere Arbeit stehen unseren Kund:innen auf unseren Homepages zur Verfügung: www.oekoring.com sowie www.bioregional.de

SEIT 2020 ist Ökoring auf folgenden Social Media Plattformen präsent: Facebook, Instagram und Xing. Auf den Facebook- und Instagram-Firmenaccounts wird in regelmäßigen Abständen über Neuigkeiten von Ökoring, unsere Kund:innen, Lieferant:innen und Wissenswertes aus den Bereichen Ökolandbau, Klimaschutz und sozialen Themen berichtet. Für Social Media Beiträge nehmen wir kein Honorar. Xing haben wir noch nicht wirklich in Betrieb genommen.



Als unsere Haupt-Plattform zur digitalen Kommunikation mit unseren Kund:innen dient unser Onlineshop sowie gebündelte Monats- und wöchentliche Frische-Emails. Dabei hat der Onlineshop die tragende Rolle. Hier werden täglich aktuelle Informationen bekannt gegeben.

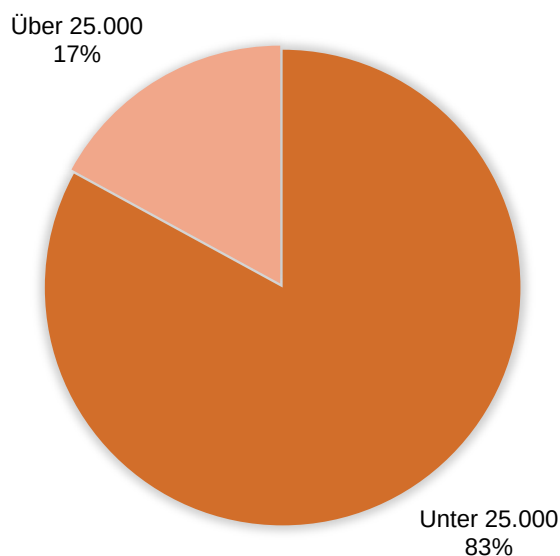
D1.2 Barrierefreiheit

Um Kund:in werden und Produkte von uns beziehen zu können, setzen sich potenzielle Neukund:innen zunächst telefonisch beziehungsweise per E-Mail mit uns in Verbindung. Nach erfolgreicher Prüfung und Bearbeitung von Seiten des Außendienstes erhalten Aufgenommene eine eigene Kundennummer und können zu den individuell abgestimmten Liefertagen bestellen.

Die Kriterien, welche vom Außendienst im Vorfeld geprüft und bearbeitet werden, sind:

- Handel: Nähe/ Konkurrenz zu Bestandskund:innen? Dies ist kein Ausschlusskriterium, da viele unserer Kund:innen es als belebend für den Verkaufsstandort empfinden, wenn „mehr vom Guten“ angeboten wird. Auch wenn heutzutage mehr in Kooperation als in Konkurrenz gedacht wird, führen wir offen Gespräche, bevor wir eine Belieferung in weitläufige Nachbarschaft von Bestandskund:innen vornehmen – was von diesen in direkter Rückmeldung hoch geschätzt wird.
- Handel: Mindest-Bio-Anteil von 80%, beziehungsweise Absicht, diesen zu erreichen? Wir als Fachhandel handeln Bio aus Überzeugung und wollen damit sichergehen, dass diese in der Handelskette von den Einzelhändler:innen weitergetragen wird und bei den Endverbraucher:innen ankommt.
- Umsatzziel von 25.000 € (Richtwert) pro Jahr denkbar? Abweichungen davon sind aus speziellen Gründen möglich, z.B. ein unterstützenswertes Projekt, eine langjährige Zusammenarbeit oder temporär auftretende Schwierigkeiten.
- Anliefersituation: Zufahrt barrierefrei für bis zu 40-t-Sattelzug möglich? Nachanlieferung (mit/ohne Schlüssel) möglich? Zeitfenster für Anlieferung? Abstellort für Rollwagen? Abpacken erforderlich? Kühlzelle/-raum zum Einstellen von Kühlprodukten vorhanden? Anruf nachts bei Lieferung?
- Internetzugang zur Bestellung via Online-Shop vorhanden?

ANZAHL KUND:INNEN UNTER UND ÜBER 25.000 € JAHRESUMSATZ



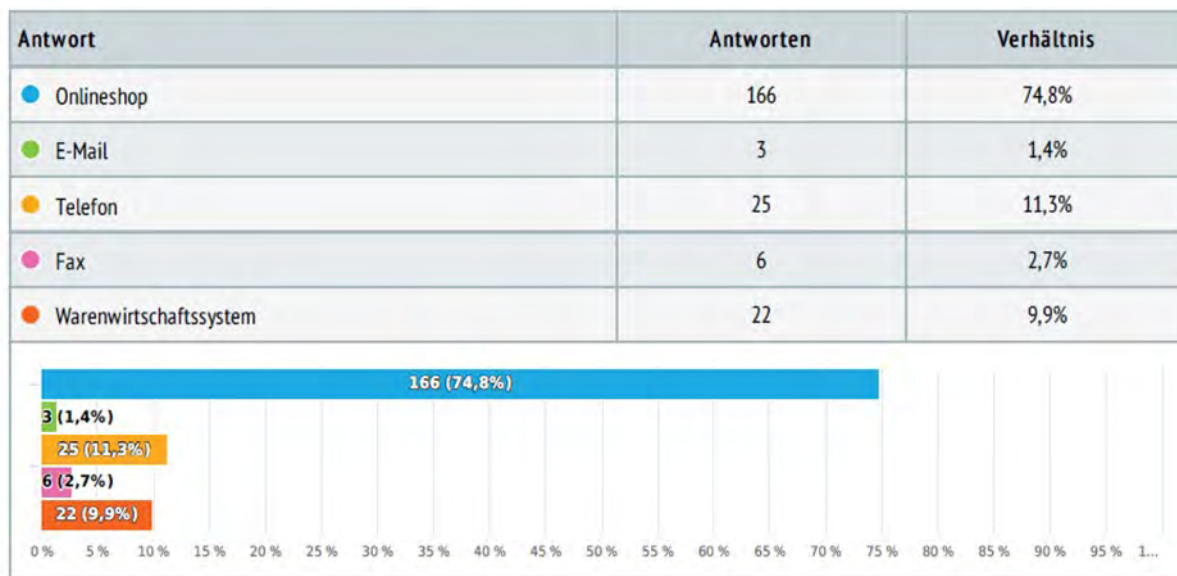
2021 lagen 83 % unserer aktiven Kundennummern unter dem angestrebten Umsatz-Ziel von 25.000 €. Insgesamt wurde von all den kleineren Kund:innen 10 % unseres Umsatzes erwirtschaftet. Dies bestätigt unseren kulantesten Umgang mit umsatzschwächeren Kund:innen. Wir leisten uns diesen Mehraufwand, da wir partnerschaftliche Beziehungen leben sowie Kindereinrichtungen oder Einrichtungen, welche explizit einen positiven Beitrag fürs Gemeinwohl leisten, unterstützen und ihnen den Zugang zu gesunden und regionalen Bio-Lebensmitteln ermöglichen möchten.

Sobald alle Formalitäten (Datenerfassung, Gewerbenachweis, SEPA-Mandat) erhoben und erfüllt sind, erhalten Kund:innen eine eigene Kundennummer. Mit dieser können sie bei uns ganz einfach per Onlineshop, aber auch telefonisch, per E-Mail, DFÜ oder Fax bestellen. Ein Telefon, ein Computer, ein Fax oder ein modernes Kassensystem müssen demnach vorhanden sein, um eine Bestellung aufgeben zu können. Durch die vielfältigen Bestellmöglichkeiten unterstützen wir auch Kund:innen, welche an ihrem Unternehmensstandort noch über keine zuverlässige Internetverbindung verfügen. Auch Menschen mit Beeinträchtigung haben so die Möglichkeit auf unterschiedlichen Wegen ihre Bestellung bei uns abzugeben. Dennoch wird unser Onlineshop anteilig zu 75 % eindeutig als beliebtester Weg für Bestellungen bei uns genutzt.



Auf welchem Weg bestellen Sie meistens Ihre Produkte?

Einzelwahl, geantwortet 222 x, unbeantwortet 0 x



Dies liegt zum einen an der zweiten Funktion des Shops: Unser Kommunikationskanal mit unseren Kund:innen. Wichtige Infos, beziehungsweise aktuelle Hinweise werden auf der Startseite angezeigt. Zum anderen weist er vielseitige Möglichkeiten zum Filtern unseres Sortiments auf: nach BioRegionalen Produkten, nach Hersteller oder bestimmten Eigenschaften, wie vegan, eifrei, glutenfrei oder lactosefrei. Insbesondere für Kund:innen, die Menschen mit Unverträglichkeiten, Allergien oder veganer Ausrichtung versorgen, bietet diese Filterfunktion einen starken Mehrwert.

Aktuelles

Webinare für die Gastronomie 2022 vom Bildungsnetzwerk Naturkost (Binako)
Interessante Themen für die Bio-Gastronomie von Experten:innen für auch und eure Mitarbeitenden informativ und ansprechend aufbereitet
Binako - Webinare für die Gastronomie
Übersicht als PDF
aktueller Termin:

Lena's Bio-Feinkostmanufaktur Lieferungen erst wieder in KW 17 möglich
Aus gesundheitlichen Gründen kann Lena's Feinkost Manufaktur nächste Woche nicht ausliefern.
Wir wünschen dem gesamten Team schnelle und gute Besserung

Maßnahmen Kostensteigerungen
Die aktuelle Lage zwingt uns Maßnahmen zu beschließen, um den steigenden Preisen allgemein und den hohen Kraftstoff-Preisen insbesondere zu begegnen.
Bitte beachtet unser Anschreiben hierzu.

Für besonders kleine und gemeinwohlorientierte Unternehmen suchen wir stets nach Lösungen, wie auch diese einen Zugriff auf hochwertige Bio-Lebensmittel vom Großhandel erlangen können. So bieten beispielsweise die Kooperationen mit verschiedenen Abo-Kisten-Betrieben als Zwischenlieferant eine Möglichkeit, Ware von uns beziehen zu können. Denn eine Direktbelieferung unter einem bestimmten Bestell-Volumen durch unsere Logistik ist vor allem aus ökologischen, aber auch ökonomischen Gesichtspunkten nicht sinnvoll. Nichtsdestotrotz prüfen unsere Mitarbeitenden

im Außendienst genau, welche Optionen kleinen potenziellen Kund:innen zur Verfügung stehen, wie die Mitbelieferung zu oder sogar die Mitbestellung bei Bestands-Kund:innen.

Gleichzeitig prüfen wir bei unseren Kund:innen genau, ob die vergünstigte gewerbliche Abnahme von Bio-Lebensmitteln direkt vom Großhandel gerechtfertigt ist. Damit schützen wir unsere eigenen Kund:innen des Naturkostfachhandels und halten uns an gegebene Preisstrukturen. Interessierte, welche für ihren Privatverzehr oder nur sehr kleine Mengen als Gewerbetreibende bei uns einkaufen möchten, verweisen wir an den Naturkostfachhandel oder an Abo-Kisten-Betriebe sowie die Manager:innen der jeweiligen Ökomodellregionen.

Langjährigen Kund:innen, welche aus extern geschuldeten Gründen längerfristig nicht mehr ausreichend Ware für eine Direktbelieferung beziehen können, kündigen wir die Zusammenarbeit nicht direkt. Hier wird individuell nach einer Lösung gesucht.

In unserer letzten Kund:innen-Umfrage 2021 konnten keine speziellen Barrieren von Kund:innen-Seite identifiziert werden. Somit gehen wir davon aus, dass unsere Bestands-Kund:innen mit den vielfältigen Möglichkeiten, wie sie mit uns zusammenarbeiten können, gut zurechtkommen.

Unser Messestand ist bereits barrierefrei. Unser Gebäude bisher noch nicht. Um zukünftig sowohl Mitarbeitende, als auch Kund:innen und Lieferant:innen mit körperlichen Beeinträchtigungen und Rollstuhlfahrer:innen, in unserem Gebäude begrüßen zu können, haben die Vorbereitungen für den Bau eines Personenlifts für das Jahr 2022 bereits begonnen. So freuen wir uns darüber, zukünftig uneingeschränkt alle Besucher:innen in unserem Gebäude empfangen zu können und damit endlich ein bereits seit langer Zeit angedachtes Herzensprojekt in die Tat umzusetzen.

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Alle unserer Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen dienen direkt oder indirekt der Förderung und des Ausbaus von Öko-Landbau, sowohl regional als auch weltweit. Unsere Werbemaßnahmen beinhalten Messeauftritte, eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, beziehungsweise Wissensvermittlung, und sind somit zu 100 % als ethisch einzustufen.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Wir leben Kooperation statt Konkurrenz. Als gemeinwohlorientiertes Unternehmen ist es uns wichtig Synergieeffekte zu nutzen, Erfahrungen auszutauschen und gemeinsam stärker zu werden, statt positive Energien durch Konkurrenzdenken auszubremsen. Für uns ist dies ganz klar der einzige Weg, wie wir auch zukünftig noch mit den großen „Playern“ auf dem Lebensmittelmarkt mithalten können.

Wir kooperieren sowohl im Bereich der Logistik und Beschaffung, als auch im Wissensaustausch und zur Interessensvertretung mit unterschiedlichen Unternehmen. Unseren Zeit-Aufwand für und durch Kooperationen schätzen wir auf ca. 5 % der allgemeinen Geschäftstätigkeit.

In der folgenden Tabelle sind unsere verschiedenen Logistik-Kooperationen aufgeführt.

Kooperationspartner	seit	Region	Begründung
Häusler Frischeservice GmbH	2010	Allgäu	So können wir auch Kund:innen in bergiger Region mit schmalen bzw. steilen Zufahrtsstraßen beliefern.
Biokistl Südtirol GmbH	2019	Südtirol	So können wir auch Kund:innen in bergiger Region mit schmalen bzw. steilen Zufahrtsstraßen beliefern.
Die rollende Gemüsekiste GmbH & Co. KG	2019	Augsburg	So können wir auch kleinere Kund:innen mit geringerem Bestellvolumen im Augsburger Raum mit Bio-Gastro-Lebensmitteln versorgen.
Josef und Franz Achatz Naturwarenhandels-OHG (Ökokiste Kirchdorf)	2021	München	So können wir auch kleinere Kund:innen mit geringerem Bestellvolumen im Münchner Norden mit Bio-Gastro-Lebensmitteln versorgen.

Die Kooperationen basieren auf gegenseitigem Vertrauen und langjähriger Zusammenarbeit. Dank unserer Kooperationspartner:innen können wir unserem Anspruch, Bio für jedermann/ jederfrau zugänglich zu machen, weiterhin gerecht werden: Sie liefern für uns an kleinere Einrichtungen mit

geringeren Bedarfsmengen bzw. an erschwert erreichbare Standorte. Weitere Kooperationen in diesem Bereich sind in Planung.

In Südtirol reicht unsere Kooperation so weit, dass wir gemeinsam bei Messen („Hotel“ und „Biolife“ in Bozen, Herbst 2021) auftreten, um unsere gemeinsamen Kund:innen sowie Interessierte bestmöglich beraten zu können.

Seit 2014 sind wir ein Teil der „Die Regionalen GmbH“, bestehend aus 12 Großhändlern.

DIE REGIONALEN

„DIE REGIONALEN sind ein bundesweites Netzwerk von regionalen Naturkost-Großhändlern. Wir schätzen die Vorzüge von Regionalität, denn kurze Wege, Transparenz und Unabhängigkeit sind für uns ein wesentlicher Teil des ökologischen Gedankens. Dort aber, wo wir gemeinsam mehr erreichen können, bündeln wir unsere Kräfte, z.B. bei Werbung und Marketing oder dem gemeinsamen Angebot von Servicelösungen für den Naturkostfachhandel. Gemeinsam versorgen wir über 2.000 Hofläden, Bioläden, Unverpackt-Läden, Naturkost-Fachgeschäfte, Bio-Supermärkte, Großküchen und Abokisten mit allem, was das Bio-Herz begehrt.“ (<https://www.die-regionalen.de/>)

Vertreten wird die GmbH durch die Geschäftsführer Thomas Wedmann und Jan Bolten. Entscheidungen werden zweimal im Jahr während der Gesellschafter-Versammlung getroffen, an welchen wir regelmäßig teilnehmen. Darüber hinaus gibt es verschiedene Arbeitskreise, welche sich in regelmäßigen Abständen abstimmen. Der Zusammenschluss der Regionalen dient einem verbesserten Service, welchen wir unseren Kund:innen bieten können. Hierzu zählen die Werbekampagne Echt-Bio, eine Vielzahl an Service-Artikeln sowie die Möglichkeit eines kostengünstigen Angebots für die Ladenausstattung bei Neugründung. Noch dazu führen wir gemeinsame Eigenmarken, wie „Die Feine Linie“ (Milch aus muttergebundener Kälberaufzucht), „Heißzeit“ (kostengünstiges Tiefkühl-Sortiment) sowie die Naturkosmetik-Marke „Lenz Naturkosmetik“. Hier haben wir zuletzt gemeinsam auf Kund:innen-Wunsch den Hersteller der Marke gewechselt, nachdem der bisherige Hersteller von einem global agierenden und konventionell produzierenden Großkonzern aufgekauft wurde.

Darüber hinaus bildeten sich langjährige und vertrauensvolle Beziehungen zwischen uns und anderen regionalen Großhändlern. Durch die gewachsene persönliche Verbundenheit führt dies in vielen Fällen zu freundschaftlicher Zusammenarbeit. Gemeinsam werden unbürokratisch und persönlich Erfahrungen ausgetauscht, aber auch Empfehlungen ausgesprochen. Dieser regionalbedingte quasi konkurrenzlose Austausch ermöglicht uns Probleme offen anzusprechen, sowie uns gegenseitig Erfahrungen und Lösungswege aufzuzeigen. Aktuell sind wir beispielsweise mit fünf weiteren Großhändlern der Regionalen dabei, ein neues Warenwirtschaftssystem zu

entwickeln. Vier von ihnen arbeiten bereits mit dem neuen System. Sobald die größten Probleme behoben sind, werden auch wir einen Testlauf starten.

Um unseren Kund:innen die Möglichkeit der Weiterbildung bieten zu können, waren wir als Gründungsmitglied im Juli 2017 dabei, als sich die Bildungsnetzwerk Naturkost GmbH gegründet hat. Gemeinsam mit anderen Unternehmen können wir unseren Kund:innen somit ein weitreichendes Seminar- und Weiterbildungs-Angebot, sowohl in Präsenz als auch digital bieten.

Binako



„Das bildungsnetzwerk-naturkost schult und entwickelt Fach- und Führungskräfte zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit unserer Branche. Gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiter sichern den Erfolg der Naturkostunternehmen. Gerne unterstützen wir auch Sie und Ihr Team im Bereich Waren- und Sachkunde, Kommunikationstechniken und Unternehmerqualifizierung. Der Fokus unserer Bildungsarbeit liegt hierbei auf flexiblen, bedürfnisorientierten Bildungsmodulen und begegnungsorientiertem, lebendigem Lernen. Neue Lernmethoden wie z.B. E-learning finden unterstützend Anwendung. Disziplinübergreifende Bildung als Plattform gegenseitiger Wahrnehmung und Netzbildung der Beteiligten aus Erzeugung, Herstellung und Handel, ist hierbei erklärtes Ziel.“ (<https://www.binako.de/de/uber-uns>)

Wir bringen uns hier gemeinsam mit den anderen Mitgliedern aktiv mit aktuellen Themen und Fragestellungen unserer Kund:innen ein, sodass das Seminarprogramm immer wieder dem aktuellen Bedarf entsprechend angepasst wird. So finden sich dort Themen von Ladengestaltung über Kalkulation mit Bio in der Außer-Haus-Verpflegung bis zu Mitarbeitendengespräche erfolgreich führen. Für Präsenzseminare stehen unsere Räumlichkeiten in Mammendorf (Seminarraum und Küche) dem Bildungsnetzwerk zur Verfügung. Leider konnten in den letzten zwei Jahren keine Vorort-Seminare in unserem Haus stattfinden. Wir hoffen, dass sich die Lage hier zeitnah wieder bessern wird. Wir sind froh, dass wir in dieser Zeit dank Binako unseren Kund:innen eine Vielzahl an Webinaren an die Hand geben konnten, sodass weiterhin die Möglichkeit zur Weiterbildung über uns gegeben blieb.



Zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards engagieren wir uns aktiv in den Gremien des Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V. (BNN) sowie beim Naturkost Süd e.V.

BNN



*„Der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V. vertritt die politischen und wirtschaftlichen Interessen der Naturkostbranche. Mit rund 200 Mitgliedsunternehmen ist der BNN ein starkes Netzwerk der Bio-Wirtschaft, in dem sowohl Hersteller*innen und Großhändler*innen sowie auch selbstständige und filialisierte Einzelhändler*innen zusammen eine Heimat haben.“ (<https://n-bnn.de/verband>)*

Als Gründungsmitglied des BNN stehen wir auch heute noch zu 100 % hinter unserer Interessensvertretung. Aus diesem Grund engagieren wir uns aktiv an einem monatlich stattfindenden Austausch zwischen Einzelhandel, Großhandel, Erzeuger:innen und Hersteller:innen, welchen wir als besonders wertvoll empfinden. So bekommen alle Akteure und Akteurinnen der Branche gleiches Gehör. Zusätzlich stellt der BNN seinen Mitgliedern vielseitige Werkzeuge zur Verfügung.

Als Mitglied des BNN haben wir die Möglichkeit ein freiwilliges Frische-Monitoring durchzuführen. Dieses nehmen wir immer wieder gerne in Anspruch. Auch den KlimaAktiv-Rechner zur Berechnung unseres CO²-Fußabdrucks bekommen wir vom BNN zur Verfügung gestellt.

Naturkost Süd

„Der Naturkost Süd e. V. ist der Zusammenschluss selbständiger Naturkosteinzehändlerinnen und -einzehändler im Süden Deutschlands. Als Verband bieten wir uns selbst ein unabhängiges Forum für Information und Austausch. Sorgen für Know-how, veranstalten Tagungen, arbeiten an der Qualität unseres Sortiments. Dadurch stärken wir unsere Präsenz auf dem Naturkostmarkt. Zusammen mit Partnern aus Herstellung und Großhandel sind wir bereits über 80 Unternehmen. Wir machen Bio zu 100 % und mit vollem Engagement. Kennen Hersteller & Hintergründe und lassen unser Sortiment unabhängig prüfen. Andere verkaufen nur. Wir sind Bio. Und bieten unseren Verbraucher/innen "Bio aus guten Händen".“ (<https://naturkost-sued.de/>)

Als Fördermitglied unterstützen wir „Naturkost Süd“ in unserem und im Interesse unserer Kund:innen. Sechsmal im Jahr organisiert „Naturkost Süd“ sehr informative Veranstaltungen, an welchen wir stets mit fast dem gesamten Team aus dem Außendienst vertreten sind.

Seit 2021 sind wir offizieller Kompetenz-Partner für Bio-Lebensmittel des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA Bayern e.V.

DEHOGA Bayern



Das Ziel unserer Branchenpolitik ist es, Gegenwart und Zukunft des Gastgewerbes zu sichern. Wir empfehlen uns als verantwortungsvolle Mitgestalter der Gesellschaft.

Mit seinem Engagement leistet der DEHOGA Bayern wirkungsvolle Beiträge zur Sicherung der Arbeitsplätze und der Lebensqualität in Bayern. Auch zukünftig werden Hotellerie und Gastronomie mit ihren überdurchschnittlichen Investitionen nicht nur im Bereich der Ausbildung und bei der Schaffung von Arbeitsplätzen in Bayern ihrer Verantwortung voll gerecht und das seit 1946.

Wir erhoffen uns durch diese Partnerschaft auch Gastronomen und Gastronominnen außerhalb der „Bio-Bubble“ zu erreichen und somit diese möglichst niedrigschwellig über Bio-Lebensmittel und deren Vorteile in Verarbeitung und Vermarktung zu informieren und dafür zu begeistern. Wir bringen uns hier durch die Teilnahme an Veranstaltungen mit Vorträgen und als generelle Ansprechpartner ein. Selbst jede noch so kleine Frage wird bei uns ernst genommen und beantwortet. So bringen wir gemeinsam mehr Bio in die bayerischen AHV-Betriebe.

Insgesamt verbringt unsere Geschäftsleitung etwa ein Drittel ihrer Arbeitszeit mit Netzwerken. Darüber hinaus wird dies vor allem in den Abteilungen Marketing und Vertrieb gelebt. Hier sind es durchschnittlich 10 % der Arbeitszeit jeder/ jedes Mitarbeitenden.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Solidarität und Gerechtigkeit sind Werte, mit welchen wir bereits 1993 angetreten sind. Vor allem in den letzten zwei Jahren, welche stark durch die weltweite Pandemie geprägt waren, wurden diese Werte wieder wichtiger denn je. Viele Unternehmen mussten zeitweise ihre Arbeit niederlegen, Lieferketten funktionierten nicht mehr zuverlässig bis hin zu Teil- oder kompletten Betriebsschließungen. Ökoring hatte während dieser Zeit dagegen sogar Umsatz-Zuwächse. Zwar brach die gesamte Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung weg, doch stieg im Einzelhandel die Nachfrage nach gesunden Bio-Lebensmitteln enorm. Das Bewusstsein für gesunde Ernährung hat einen anderen Stellenwert eingenommen, und das kam nicht nur uns zugute, sondern vor allem der Region als krisensicherere Speisekammer. Ökoring konnte während dieser Zeit nicht nur auf Grund der in dieser Zeit besonders starken Kundengruppe Handel konstant weiter wirtschaften, auch haben sich hier unsere seit Anfang an partnerschaftlichen Beziehungen mit unseren Mitunternehmen ausgezahlt.

Wir standen während der gesamten Zeit im engen Dialog mit unseren Kund:innen und haben versucht zu helfen, wo wir nur konnten. So haben wir beispielsweise den Mitarbeitenden aus der Gastronomie Arbeitsplätze angeboten. Unseren Kund:innen, welche Pandemie-bedingt einen Einbruch erlitten hatten, sind wir wie bereits beschrieben mit niedrigeren Mindestbestellwerten sowie verlängerten Zahlungszielen entgegengekommen.

Allgemein unterstützen wir unsere Kund:innen, wo es nur geht. So kommt es nicht selten vor, dass vor einer Laden-Neueröffnung unsere Mitarbeitenden aus dem Außendienst den Überblick über alle zu erledigenden Schritte haben und zuletzt alle Fäden zusammenführen (Sortiment planen, Vor-/Bestellung auslösen, Regalspiegel erstellen, Theke einrichten, Preise kalkulieren, bei der Eröffnung unterstützen), sodass zum Start alles steht und rund läuft.

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Es wird weder bei einzelnen Produkten noch Dienstleistungen eine Dumpingpreisstrategie verfolgt, noch Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen. Die Maximierung von Marktanteilen auf Kosten von Mitunternehmer:innen, Kund:innen oder Produzent:innen widerspricht unserer Unternehmensstrategie. Es werden für eigene Produktideen keine Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden, um andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung, Forschung oder 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)

Bereits bei der Entscheidung 1993, ausschließlich mit Produkten aus ökologischer Erzeugung zu handeln, hat sich Ökoring mit den ökologischen Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit beschäftigt. Hierbei stand vor allem die Stärkung der regionalen Erzeuger:innen, welche Obst und Gemüse, Getreide und Feldfrüchte in Bio- oder noch besser Bio-Verbands-Qualität angebaut haben, im Fokus. Zusammengefasst ging es Ökoring um die umweltschonende Produktion sowie kurze Transportwege in der Lieferkette von Lebensmitteln. Mit zunehmender Nachfrage, sowohl bayernweit, als auch das Produktportfolio betreffend, haben wir unser Geschäftsfeld stetig weiter ausgebaut und blieben trotz Wachstum immer unseren hohen Werten treu.

Mit der Einführung unseres modernen Lagerverwaltungssystems haben wir Lieferschein und Rechnung in einem Dokument zusammengefasst und konnten dadurch bereits 2017 unseren Papierverbrauch drastisch reduzieren. Sukzessive wurden Angebote (Monatsangebote, Spezialaktionen...) nur noch digital veröffentlicht. Ein weiterer Schritt war die Entscheidung 2020 unsere Preislisten nicht mehr auf Papier zu drucken. Hierdurch konnten wir erneut circa 900.000 Seiten (11 t) Papier und somit im Bereich Druck fast 45 % (19,34 t) CO₂e einsparen, auch wenn der Druck stets klimaneutral durchgeführt wurde.

Wir machen uns erhebliche Gedanken und sind sehr daran interessiert, wie wir den ökologischen Fußabdruck unserer Warenauslieferung auf ein mögliches Minimum reduzieren können. So stehen unsere Logistik-Partner auf der Warteliste als Test-Anwender für neue Mobilitäts-Konzepte bei einem ihrer LKW-Hersteller. Auch haben bereits erste Gespräche mit einem Augsburger Unternehmen stattgefunden, welche LKWs mit E-Motoren umrüsten. Leider können sie nach intensiver Prüfung trotz attraktiver Förderungen aktuell noch nicht auf umweltfreundlichere Technologien (E-LKWs, Wasserstoff) zurückgreifen, da es sich für sie aus ökologisch und ökonomischen Gesichtspunkten noch nicht als machbar abzeichnet. Große Hoffnung stecken sie aktuell in die Weiterentwicklung der Wasserstoffbrennstoffzelle. Sobald garantiert ist, dass es sich hier um einen tatsächlich „grünen Kraftstoff“ handelt, könnten wir uns gemeinsam weitere Schritte in diese Richtung vorstellen.



Unser größter Hebel in der Logistik den ökologischen Fußabdruck zu senken, ist unsere Tourenplanung. Hier haben wir in den letzten Jahren den Logistikprozess äußerst effizient aufgestellt: Leerfahrten wurden reduziert, die Auslieferungs-Touren werden täglich so gelegt, dass die Warenanlieferungen mit Abholungen von Leergut und Wertstoffen sowie Ware von Lieferanten intelligent kombiniert werden. Durch das Umschlaglager in Nürnberg und die Kooperation mit Biokistl in Südtirol können weiter entfernte Kund:innen ressourcenschonend von uns beliefert werden.

Auch dem Thema Verpackungsmaterial nehmen wir uns verantwortungsbewusst an. Vor allem der Verpackung, die wir selbst beeinflussen können: Der Wickelfolie zur Ladungssicherung und zum hygienischen Schutz der Ware während der Auslieferung. Hier sind wir stets bestrebt Alternativen auszuprobieren und den Einsatz zu reduzieren. So haben wir in den letzten zwei Jahren 2.400 neue Rollis, davon ca. 50 % engmaschigere, und 64.000 Stück Spanngummis gekauft sowie höhere und mehrseitige Rollis bei unserem Rolli-Hersteller zur seitlichen Ladungssicherung angefragt. Dies verzögert sich aktuell leider aufgrund von aktuellem Rohstoffmangel und pandemiebedingten Lieferengpässen. Wir hoffen, den nächsten Schritt hier 2022 gehen zu können, um unseren direkten Plastik-Verbrauch weiter zu reduzieren.

Für die Folie allgemein haben wir leider noch keinen äquivalenten - sowohl in den Eigenschaften als auch einen bezahlbaren - Ersatz gefunden, sodass uns aktuell nichts Anderes übrigbleibt, als den Folieneinsatz durch verschiedene Maßnahmen weiter zu reduzieren. So werden heute reine Getränke- oder Obst- und Gemüse-Rollis nicht mehr gewickelt, da hier die Einheiten gut stapelbar sind. Ein Problem ergeben allerdings die Kleinteile aus unserem Trockensortiment, sowie die unterschiedlichen Gebinde-Formate im Trocken- sowie dem weißen Frische-Sortiment. Hier wünschen wir uns von unseren Lieferant:innen die Ausweitung der Nutzung von genormten Mehrwegboxen oder zumindest einheitliche Formate der Gebinde-Größen, welche mit den bestehenden Getränke- oder Mehrweg-Kisten für die „Grüne Frische“ kompatibel sind.

Regionales Obst und Gemüse wird fast ausschließlich in Mehrwegkisten ausgeliefert.



Mit unserer Unverpackt-Sortimentsliste bieten wir unseren Kund:innen eine Vielzahl an verpackungsarmen Produkten. Ergänzend dazu bieten wir unseren Kund:innen nachhaltiges Verpackungsmaterial sowie Verkaufshilfen. In unserem Onlineshop machen wir auf solche Spezial-Sortimente aufmerksam.

Die Verpackung der Produkte können wir nicht direkt beeinflussen. Trotzdem haben wir hier Verantwortung übernommen und unsere Lieferant:innen Ende 2019 dazu befragt, welches Verpackungsmaterial sie einsetzen und warum - sowie, was die nächsten Schritte und Ziele in diesem Bereich sind. Diese Abfrage wurde sehr gut angenommen. 165 Lieferant:innen haben hier teilgenommen und uns die unterschiedlichsten Lösungsansätze präsentiert. Gleichzeitig konnten wir hierbei darauf aufmerksam machen, dass so ein Umstellungs-Prozess Zeit benötigt, Plastik nicht immer die schlechteste Alternative ist und unsere Kund:innen allgemein über Verpackungsalternativen aufklären. Die Umfrage wurde 2020 auf unserer Homepage veröffentlicht.

In Deutschland entstehen aktuell täglich ca. 770 Tonnen Verpackungsmüll durch Takeaway-Einwegverpackungen. Dies ist unter anderem Entwicklungen während der Corona-Pandemie geschuldet. Seitdem Essen in Gastronomiebetrieben teils nicht mehr möglich war, wird verstärkt nach Essen To-Go nachgefragt. Als wir die erschreckende Tendenz wahrgenommen hatten, haben wir direkt darauf reagiert und unsere Kund:innen umfangreich darüber informiert, wie in der Außer-Haus-Verpflegung, durch beispielsweise die Zusammenarbeit mit Anbietern von Mehrweg-Boxen, Verpackungsmüll vermieden werden kann. In diesem Zuge haben wir auch auf spannend klingende Initiativen verwiesen, welche sich mit dieser Thematik beschäftigen und hier Hilfestellung bieten. Am Netzwerk „Essen in Mehrweg“ haben wir seit dem ersten Treffen teilgenommen.

Als Großhandel sind wir dazu verpflichtet, Verpackungsmüll, welchen wir ausliefern, auch wieder zurückzunehmen. Hierunter fallen Umverpackungen von unseren Vorlieferant:innen, Pfandartikel sowie die von uns eingesetzte PE-Wickelfolie. Für die komplette Abwicklung der Mülltrennung und Entsorgung ist unser Tochterunternehmen „Lager Logistik Mammendorf“ verantwortlich. Diese kümmern sich darum, dass der gesamte Müll, welcher im Ökoring anfällt, sachgerecht entsorgt wird. Genauere Daten zu diesem Thema siehe E3.1.

Wir handeln, wo es möglich ist, mit Mehrweg-Getränkeflaschen aus Glas oder PE. So haben wir den für uns abgefüllten Wein Girotondo in Mehrweg-Weinflaschen einfüllen lassen. Dies entspricht unserem Anspruch in Bezug auf nachhaltiges Verpackungsmaterial. Wir erhoffen uns hiermit als

Positiv-Beispiel voran zu gehen und sowohl Verbraucher:innen, Kund:innen, als auch Produzent:innen und Hersteller:innen zu zeigen, dass auch Wein in Mehrweg funktioniert.

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

Lebensmittelverschwendung ist ein globales Problem und auch in der Biobranche präsent. Dies liegt vor allem an den langen Lieferketten, aber auch den genormten Größen, welche im Handel zugelassen sind. Ware der grünen Frische, welche diesen nicht entspricht, wird üblicherweise vernichtet oder gar nicht erst geerntet. In Deutschland handelt es sich hierbei um 1,4 Mio. t und somit 12 % der Lebensmittelabfälle. Wir als Großhandel können diesem Problem nur damit entgegenwirken, indem wir auch nicht genormte Ware den Produzent:innen abnehmen und unsere Kund:innen auf die Problematik aufmerksam machen. Hierfür haben wir 2017 die Initiative „Einzigartig“ ins Leben gerufen. Unter „Einzigartig“ wird bei uns solche Ware ausgelobt, die nicht handelsüblicher Norm entspricht. Begleitend hierfür bieten wir unseren Kund:innen Info-Material für wiederum deren Kund:innen an. So können wir durch das Angebot kombiniert mit Aufklärung der Lebensmittelverschwendung aktiv entgegenwirken. Aktuell ruht diese Kampagne, da von der allgemeinen Rohstoff-Verknappung auch die grüne Frische betroffen ist. Die Nachfrage ist größer, als Ware lieferbar wäre. Die positive Seite der Medaille: auch nicht der Norm entsprechendes Obst und Gemüse werden ganz regulär gekauft. Wir hoffen, diese Entwicklung aus der Not heraus bewirkt ein gesellschaftliches Umdenken. Dann wäre unsere Initiative obsolet. Wir werden die Entwicklung beobachten und gegebenenfalls wieder damit starten.

Ökoring selbst führt regelmäßige MHD (Mindesthaltbarkeitsdatum)-Kontrollen durch. Artikel mit relativ kurzem MHD werden im Verkauf sowie unserem Onlineshop teils zu reduzierten Preisen hervorgehoben. So können wir deren Wahrnehmung und Absatz fördern und verhindern, sie abschreiben zu müssen.

Sollte diese Maßnahme nicht genügen und immer noch Ware übrigbleiben, wird diese kostenlos an „Die Tafel“ abgegeben oder den Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt.

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

Bei keinen unserer Produkte und logistischen Dienstleistungen 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

Dünge- oder Pflanzenschutzmittel oder die Förderung von Biodiversität bewiesen. Ökoring fördert somit den Ausbau der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft.

D4 Kund:innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund:innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Ökoring unterstützt eine offene Feedback-Kultur. Kund:innen können sich mit ihren Anliegen jederzeit an die zuständige Kundenbetreuung im Innen- oder Außendienst wenden. Ein etabliertes Instrument hierfür ist unsere alle zwei Jahre durchgeführte Kundenumfrage. Wünsche, Anregungen und Kritik werden von uns immer gerne als Chance für Verbesserungen aufgenommen, besprochen und mögliche Maßnahmen dem jeweiligen Kunden/ der jeweiligen Kundin kommuniziert.

Es ist üblich, dass wir Neuprodukte auf Grund geäußerter Kund:innen-Wünsche in unser Sortiment aufnehmen (ca. 50 % unseres Sortiments). Dies ist vor allem im Bereich Unverpackt regelmäßig der Fall. Hier wurde das vorhandenen Basis-Sortiment auf Nachfrage unserer Kund:innen immer wieder erweitert (ca. 5 % mit ökologischer Verbesserung).

Auch das Thema „Wickelfolie zur Ladungssicherung“ wird von unseren Kund:innen zunehmend angesprochen. Sie wünschen sich mehr und mehr eine Alternative zu der Plastikfolie. So möchten wir hier nicht nur aus Eigenantrieb, sondern auch für unsere Kund:innen zeitnah eine Lösung finden und unseren ökologischen Fußabdruck verkleinern.

Allgemein können Kund:innen sich zu jeder Zeit an ihre Kundenbetreuung aus dem Innen- oder Außendienst wenden, wenn es Wünsche oder Anregungen von deren Seiten gibt.

D4.2 Produkttransparenz

Produktinformationen zu einem Großteil unserer Produktpalette sind über unseren Onlineshop vollständig zugänglich. Diese Daten werden direkt von der Hersteller:innen in die Produktdatenbanken Ecoinform und Data NatuRe eingegeben. Sämtliche Inhaltsstoffe werden ausgewiesen. Unser Onlineshop ist mit einer Schnittstelle zu den beiden Datenbanken angebunden.

Bezüglich der Preisfindung werden sowohl die Netto-Preise als auch meist Grundpreise sowie empfohlene Brutto-Verkaufspreise für den Einzelhandel ausgewiesen. Die externalisierten Kosten

(z.B. durch Transporte) in Euro zu beschreiben, sehen wir uns aktuell nicht in der Lage. Wir sehen diesen Aspekt für unser Handeln heute so:

Externalisierte Kosten sind Kosten, die ein Unternehmen verursacht, die aber von der Gesamtgesellschaft getragen werden. Diese in Produkte einzupreisen würde ein Abbild von wahren Preisen darlegen. Sie zeigen auf, welche Folgeschäden Mensch und Natur für die Produktion eines Produkts zu tragen haben. So würden sinnbildlich aus Billig-Artikeln richtige Luxus-Güter und das im Vergleich nachhaltigste Produkt im besten Fall auch das günstigste. So könnte umweltbewusstes Handeln gesteuert werden. Für uns ist dieses Thema wichtig, da meist auch Bio-Artikel, wenn externalisierte Kosten miteinbezogen würden, viel leichter mit konventionell erzeugten Produkten mithalten könnten. Die externalisierten Kosten fallen hier wesentlich geringer aus, vor allem wenn es um tierische Erzeugnisse geht. Ökoring lobt bisher keine externalisierten Kosten aus. Würden wir dies tun, müssten von unserer Seite aus Mehrkosten im Bereich Flächenversiegelung für unser Betriebsgelände und Straßenbau, LKW-Produktion, Schadstoffausstoß durch Transporte sowie der Bedarf an PE-Wickelfolie zur Ladungssicherung mit eingepreist werden. Diese Mehrkosten unterscheiden sich vielleicht nicht erheblich vom allgemeinen Handel, doch wenn die Produkte betrachtet werden, mit welchen wir handeln, fallen die externalisierten Kosten in Summe, wie bereits beschrieben, um einiges geringer aus. So sehen wir die Preise unserer Produkte näher an der Realität als die von konventionellen Produkten.

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Wir handeln zu 100% mit zertifizierten Bio-Lebensmitteln oder zertifizierter Naturkosmetik. Durch die streng kontrollierten Zertifizierungsverfahren sowie die hohe Produkttransparenz durch Ecoinform und Data NatuRe können wir sicherstellen, dass unsere Produkte keine Gefahrenstoffe aufweisen.

Sobald wir die Information erhalten, dass ein Bio-Produkt nach Prüfung doch eine z.B. gewisse Pestizidbelastung aufweist, informiert unser Qualitätsmanagement unsere Kund:innen konsequent darüber und führt gegebenenfalls einen Produktrückruf durch. Dies kommt im Lebensmittelbereich regelmäßig vor. In den Jahren 2020/ 2021 hatten wir insgesamt 84 Produktrückrufe. Wir sehen diese Zahl nicht als Problem, sondern können somit eine sehr gute Produktsicherheit und ein gut funktionierendes Monitoring garantieren.

Zeitraum	Anzahl der Produktrückrufe
2020	38
2021	46

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Als Großhändler für Bio-Lebensmittel stehen wir in Kontakt mit unseren Lieferant:innen und gleichzeitig mit unseren Kund:innen. Die Entscheidung, von Anfang an ausschließlich mit ökologisch erzeugten Lebensmitteln zu handeln, stand für uns immer außer Frage. Es war vielmehr eine Voraussetzung, weshalb wir uns 1993 gegründet haben: Der damalige Mangel an umweltfreundlichen Alternativen im Handel und der Aufbau von regionalen Wertschöpfungsketten war unsere Motivation.

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

Die Produktpalette der Ökoring Handels GmbH umfasst im Wesentlichen ein Vollsortiment aus bio-zertifizierten Lebensmitteln. Ergänzt wird das Sortiment u.a. durch zertifizierte Naturkosmetik und Hygieneprodukte, umweltfreundliche Wasch- und Reinigungsmittel sowie ökologisch verträglichem Verpackungsmaterial und Verkaufshilfen.



Wir als Großhändler sind verantwortlich für den Transport, den Ein- und Verkauf und die Vermarktung der Produkte. Gerade während der Corona-Pandemie, die wir die letzten zwei Jahren erlebt haben, waren wir für unsere Erzeuger:innen ein krisensicherer Absatzmarkt sowie für unsere Kund:innen ein zuverlässiger Lieferant. So konnten wir auch in dieser Zeit der wachsenden Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln nachkommen.

Unsere Unternehmensidentität basiert auf unserem Selbstverständnis, für die Versorgung der Region mit regional, fair und biologisch erzeugten Lebensmitteln ganz entscheidend zur Lebenserhaltung, Gesundheit und Wohlbefinden der Gesellschaft beizutragen.

Wir haben uns mit den Grundbedürfnissen nach Max-Neef auseinandergesetzt und tragen hierzu mit unserem Handeln wie folgt beschrieben bei:

Die neun Grundbedürfnisse nach Max-Neef:

Das Bedürfnis nach ...

1. Lebenserhaltung:

wird durch den Handel mit Lebensmitteln, der Schaffung von Arbeitsplätzen und der daraus resultierenden Bezahlung bedingungslos erfüllt.

2. (Nahrungs-)Sicherheit:

wird durch die Versorgung der Region mit Lebensmitteln gesichert.

3. Zuwendung:

begründen wir mit unserer Liebe zur Natur, weshalb wir konsequent ausschließlich mit zertifizierten Bio-Lebensmitteln sowie Naturkosmetik handeln.

4. Verstehen:

wird durch unser offenes Verhalten gegenüber Interessierten gezeigt. Weiter wird das Bedürfnis durch unsere Partnerschaften, die Aufnahme von Praktikant:innen und die Möglichkeit von Ausbildungsplätzen gestärkt.

5. Partizipation:

machen wir an unserer klaren Positionierung in der Bio-Lebensmittelbranche fest. Die bewusste Entscheidung Bio zu vertreiben und das partnerschaftliche, meist schon eher freundschaftliche Miteinander in dieser Branche gibt das Gefühl nach Gemeinschaft für eine bessere Zukunft.

6. Muße

wird durch unsere Arbeit begründet. Sowohl Kund:innen und Lieferant:innen werden durch unsere Arbeit entlastet und haben dadurch mehr Zeit für Erholung.

7. Kreativität

wird bei uns täglich gelebt, wenn es um die individuelle und flexible Lösungsfindung bei auftretenden Problemen geht. Aber auch bei redaktionellen Beiträgen in unseren Angeboten sowie bei unseren Social Media Beiträgen. Täglich posten wir spannende Infos zu Bio, Nachhaltigkeit und alles rund um Ökoring. (z. B. https://www.instagram.com/p/COZ0BqLg6Qk/?utm_medium=copy_link)

8. Identität

erfüllen wir mit unserer gelebten Unternehmensphilosophie (<https://www.oekoring.com/top-unternehmen/philosophie/>) und der klaren Entscheidung für Bio.

9. Freiheit

möchten wir beispielsweise durch unsere Genussrechte erlangen. So können wir uns unabhängiger von Banken und Kreditinstituten machen.

Ökoring sieht sich in der Verantwortung, die bis hier nicht explizit angesprochenen Grundwerte im Alltag zu respektieren und die Befriedigung der Grundbedürfnisse aller Beteiligten und Betroffenen als Auftrag aufzufassen.

Konkret erfüllte unser Sortiment 2021 zu 100 % menschliche Grundbedürfnisse. In der folgenden Tabelle ist der genaue Umsatzanteil unseres Sortiments aufgelistet.

Kategorie	Beinhaltet	Begründung	Anteil des Gesamt-sortiments
Grund-nahrungs-mittel	Obst und Gemüse, Getreide, Saaten, Nüsse, Tee, Kaffee, Brotaufstrich, Konserven, Backzutaten, Würzmittel, Mineralwasser	Grundbedarf für eine gesunde und ausgewogene Ernährung	50 %

Tierische Produkte	Molkereiprodukte, Eier, Fleisch und Wurst	Für uns gehören Tiere zur Landwirtschaft dazu. Sie tragen im Sinne der Kreislaufwirtschaft erheblich zur Fruchtbarkeit unserer Böden und somit zur Nahrungsmittelproduktion bei.	22 %
Vegane Ersatzprodukte	Tofu- und Sojaprodukte, Milchersatzprodukte	Aufgrund der klimaschädlichen Treibhausgase, welche während der Produktion von tierischen Lebensmitteln entstehen, müssen wir den Verzehr dieser drastisch reduzieren. Vegane Ersatzprodukte liefern einfache und wertvolle Alternativen für die klimafreundliche Küche.	3 %
Convenience und Baby-nahrung	Fertiggerichte und Fertigprodukte, Tiefkühlware	In unserer sehr schnelllebigen und effizienten Umwelt sind Convenience-Produkte sowohl privat, als auch in Großküchen nützliche Helfer sowie gängige Praxis. Auch die Bio-Branche muss hier dem Bedarf der Gesellschaft nachkommen. Genauso steht es um die Babynahrung. Für „junge“ Eltern sind diese Produkte heute nicht mehr wegzudenken.	5 %
Genussmittel	Süße und salzige Snacks, Säfte, alkoholische Getränke, Limonaden	Wir sind der Meinung, dass ein gewisses Maß an Muße und Genuss zur ganzheitlichen Gesunderhaltung der Menschen beiträgt. So sehen wir auch Genussmittel als eine wertvolle Ergänzung unseres Sortiments. Nicht nur zum eigenen Verzehr, sondern auch als Geschenk und zur Freude von Mitmenschen.	8 %

Voll-sortiments-Ergänzungen	Hygieneartikel, Nahrungsergänzungsmittel, Tiernahrung, Wasch- und Reinigungsmittel, Verkaufshilfen und Verpackungsmaterial	Als Bio-Großhandel haben wir das Interesse und die Verantwortung, dass unsere Kund:innen für deren Grundbedürfnisse bei uns alles bekommen, was sie benötigen. Für Nahversorger:innen gehören Hygieneartikel, Tiernahrung und Nahrungsergänzungsmittel, Wasch- und Reinigungsmittel genauso zum Standard-Sortiment.	12 %
------------------------------------	--	---	------

Wir haben 50 % unseres Umsatzes allein mit Grundnahrungsmitteln erzielt.

Für uns ist Bio kein Luxus, sondern der einzige Weg, wie wir uns zukünftig mit unserer Natur im Einklang versorgen werden können. Als Großhandel mit Bio-Vollsortiment handeln wir natürlich auch mit alkoholischen oder sehr gesüßten Getränken, Süßigkeiten und Snacks, welche nicht unbedingt lebensnotwendig oder –förderlich sind. Dennoch sind wir der Meinung, dass der maßvolle Konsum zum Wohlbefinden beiträgt und damit seine Berechtigung hat.

Nahrung ist notwendig für das Überleben und die Gesundheit des Menschen. Es ist wissenschaftlich bewiesen, dass Bio-Produkte weniger Nitrat und keine Rückstände von Pflanzenschutzmitteln oder Antibiotika aufweisen. Farb-, Zusatz- und künstliche Aromastoffe, Stabilisatoren sowie Geschmacksverstärker sind komplett untersagt. Durch den Vertrieb biologisch produzierter Lebensmittel leisten wir somit einen wichtigen Teil zur Gesunderhaltung des Menschen.

Ein Großteil unserer Kund:innen im Handel, mit mehr als 80 % biologisch erzeugter Lebensmittel, erfüllt dies ebenfalls.

Die Ökoring Handels GmbH fördert mit der Initiative BioRegional vor allem regionale Lieferant:innen und kleinere Erzeuger:innen. Beispiele hierfür wären: Der Bio-Saucen-Hersteller Münchner Kindl oder der landwirtschaftliche Betrieb Obergrashof. Produkte von jenen Lieferanten werden in unserem Onlineshop mit dem BioRegional-Siegel ausgewiesen. So fördern wir aktiv die lokale Wertschöpfungskette.

Nicht nur regional, sondern auch global übernehmen wir Verantwortung und sorgen mit dem Handel von global erzeugten Bio-Lebensmitteln für Arbeitsplätze auf aller Welt. Zertifizierungen, welche den fairen Handel garantieren, sorgen hier für Transparenz und faire Arbeitsbedingungen weltweit.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Durch die Förderung regionaler Erzeuger:innen und Kleinbäuer:innen stärken wir die lokale Gemeinschaft, im Privat- und Berufsleben, sowie die lokale Wertschöpfungskette. Wir sind somit mitverantwortlich für die Schaffung von Arbeitsplätzen. Durch unser Handeln möchten wir den Großraum München noch stärker vernetzen. So unterstützen wir Initiativen, wie den Foodhub, einen Mitgliederladen in München oder engagieren uns in den Ernährungsräten Fürstentum und München. Von Anfang an lebt unsere Unternehmenskultur ein „familiäres“ und persönliches Miteinander. So handeln wir mit unseren kleineren Lieferant:innen von Beginn an mit einem hohen Maß an gegenseitigem Vertrauen.



Durch unsere freiwillige Mehrfach-Auditierung engagieren wir uns schon lange für eine nachhaltige Wirtschaftsweise. Wir sind auf Messen vertreten, pflegen diverse Social-Media-Kanäle und sind auf Veranstaltungen rund um die Versorgung Bayerns mit nachhaltigen Bio-Lebensmitteln aktiv und stehen hier für eine faire und gesunde Versorgung mit hochwertigen Bio-Lebensmitteln für alle. So hatten wir beispielsweise auf der BioSüd 2021 die SDG-Sitzwürfel mit an unserem Stand dabei. Darüber hinaus unterstützt Ökoring aus Überzeugung das Best Economy Forum und ist im Bereich der Gemeinwohlökonomie mit Vorträgen und bei Netzwerk-Treffen vertreten.

Über die sozialen Netzwerke Instagram, Facebook, YouTube und Xing erreichen wir beispielsweise aktuell durchschnittlich 400 Menschen pro Beitrag.

Auch auf unserer Homepage informieren wir Interessierte über unser Handeln. Regelmäßig aktualisieren wir unsere News und berichten über uns am Herzen liegende Themen und Projekte.

Außerdem bieten wir immer wieder Betriebsführungen für beispielsweise Berufsschulklassen an. Diese konnten in den letzten zwei Jahren aufgrund der pandemischen Lage leider nicht durchgeführt werden. Sobald möglich, möchten wir diese zeitnah wieder anbieten.

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

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

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Als mittelständischer Arbeitsgeber in der Region Fürstenfeldbruck bei München mit einem Umsatz-Volumen um die 89 Mio. € leisten wir auch monetär einen erheblichen Beitrag zum Gemeinwesen.

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Unser Engagement ist grundsätzlich gemeinwohlorientiert. Die Arbeit und der daraus resultierende Umsatz werden lokal erbracht. Steuer-, Sozial- und sonstige Abgaben werden wie gesetzlich vorgeschrieben ordnungsgemäß bezahlt. Die genaue Summe wurde den Auditor:innen vorgelegt.

Kenngrößen	2020	2021
Umsatz	87 Mio. €	89 Mio. €
Unternehmensbezogene Förderung (De-minimis-Förderung)	4.000 €	4.000 €

Die Netto-Abgabenquote lag 2020 bei 34 %.

Die Logistik-Flotte von Ökoring nimmt an dem „De-minimis“-Förderprogramm teil. Das Förderprogramm sieht eine umweltfreundlichere Ausstattung im Bereich Güterkraftverkehr vor. Beispielsweise wird das Reifenprofil bearbeitet, um weniger Geräuschemissionen zu verursachen. Auch werden Maßnahmen zur Ladungssicherheit und zur effizienteren Nutzung der Kühlanlage getroffen. Subventionen in Höhe von circa 4.000 € wurden sowohl 2020, als auch 2021 dafür in Anspruch genommen.

Wir engagieren uns an der Berufsvorbereitung junger Menschen durch das grundsätzliche Angebot von Schülerpraktika, die Aufnahme von Praktikant:innen während des Studiums sowie die Betreuung von Projektarbeiten. So nahmen wir beispielsweise sowohl im Winter 2019/ 2020, als auch im Winter 2021/ 2022 Praktikant:innen in der Abteilung Marketing und Kommunikation auf. 2021 beschäftigten wir eine Werkstudentin. 1-2 wöchige Schulpraktikant:innen beschäftigen wir mehrmals pro Jahr.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

All unsere Mitglieds- und Partnerschaften, sowie Unterstützungen und Spenden sind freiwillig. Wir beteiligen uns, da wir die Ziele der einzelnen Initiativen, Institutionen und Verbände verfolgen, beziehungsweise wertschätzen und somit unseren Beitrag dazu leisten möchten.

Für das Gemeinwesen tragen wir folgendes bei:

Wer? Beschreibung	EUR 2020	EUR 2021	Aufwand
Naturkost Süd e. V. „Der Naturkost Süd e. V. ist der Zusammenschluss selbstständiger Naturkosteinzehändler:innen und -einzehändler im Süden Deutschlands. Als Verband bieten wir uns selbst ein unabhängiges Forum für Information und Austausch. Sorgen für Know-How, veranstalten Tagungen, arbeiten an der Qualität unseres Sortiments. Dadurch stärken wir unsere Präsenz auf dem Naturkostmarkt. Zusammen mit Partnern aus Herstellung und Großhandel sind wir bereits über 80 Unternehmen. Wir machen Bio zu 100 % und mit vollem Engagement. Kennen Hersteller & Hintergründe und lassen unser Sortiment unabhängig prüfen. Andere verkaufen nur. Wir sind Bio. Und bieten unseren Verbraucher:innen "Bio aus	1.200 €	1.200 €	Pandemiebedingt konnte die Teilnahme nicht wie sonst üblich erfolgen. Es gab nur eine etwa 3 stündige Versammlung, an der wir mit 5 Personen teilgenommen haben.

guten Händen".“ (https://naturkost-sued.de/)			
BNN „Der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V. vertritt die politischen und wirtschaftlichen Interessen der Naturkostbranche. Mit rund 200 Mitgliedsunternehmen ist der BNN ein starkes Netzwerk der Bio-Wirtschaft, in dem sowohl Hersteller:innen und Großhändler:innen sowie auch selbstständige und filialisierte Einzelhändler:innen zusammen eine Heimat haben.“ (https://n-bnn.de/verband)	36.977,96 €	39.333,04 €	Gesellschafter- und Mitgliederversammlungen beanspruchen ca. 20 - 25 Std pro Jahr
BNW Mitgliedsbeitrag UnternehmensGrün e.V. Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft e.V. Mit Herz und Verstand, Kompetenz und Glaubwürdigkeit sind wir Taktgeberin in Öffentlichkeit und Politik für die ökologische und soziale Transformation der Wirtschaft. Unsere Mitglieder treiben durch Pioniergeist, Vielfalt und lebendigen Austausch Lösungen und Konzepte für eine zukunftsorientierte Wirtschaft voran. Als attraktives Netzwerk bieten wir Unternehmen, die die ökologische und soziale Transformation der Wirtschaft vorantreiben, Inspiration, Austausch und Zusammenhalt nach innen sowie eine starke und respektierte politische Stimme nach außen. (https://www.bnw-bundesverband.de/)	-	650 €	Gespräche GF mit BNW haben ca. 3 Std./ Jahr ausgemacht.

Naturland „Wir sind Naturland, der internationale Verband für ökologischen Landbau. Mit 100.000 Bäuerinnen und Bauern, Imkern und Fischwirten in 60 Ländern der Erde stehen wir dafür, dass ein ökologisches, soziales und faires Wirtschaften weltweit im Miteinander ein Erfolgsprojekt ist. Allein in Deutschland gehören 4.200 Erzeuger unserer Gemeinschaft an. Naturland steht wie kein anderer Öko-Verband für den harmonischen Zweiklang von Regionalität und Internationalität in einer globalisierten Welt.“ (https://www.naturland.de/de/naturland/wer-wir-sind.html)	5.100 €	5.100 €	Mitgliedsbeiträge
Demeter „Der Demeter e.V. ist der älteste Bioverband in Deutschland. Schon seit 1924 bewirtschaften Demeter-Landwirte ihre Felder biodynamisch. Aufgrund der lebendigen Kreislaufwirtschaft gilt die Demeter-Landwirtschaft als nachhaltigste Form der Landbewirtschaftung und geht weit über die Vorgaben der EU-Öko-Verordnung hinaus.“ (https://www.demeter.de/)	15.287,12 €	16.800 €	Mitgliedsbeiträge
Biokreis „Der Biokreis ist ein ökologischer Verband, der sich seit 1979 für bäuerliche Landwirtschaft in der Region einsetzt. Unsere Mitglieder sind Akteurinnen und Akteure aus Landwirtschaft & Imkerei, Verarbeitung & Handel sowie überzeugte Verbraucherinnen und Verbraucher. Gemeinsam gestalten wir kreativ und	800 €	2.500 €	Mitgliedbeiträge

konsequent ökologischen Landbau.“ (https://www.biokreis.de/ueber-uns/)			
Bioland „Zum Bioland e.V. gehören nicht nur unsere über 8500 Mitglieder, sondern auch mehr als 1300 Partner aus Herstellung, Handel und Gastronomie. In verschiedenen Gremien entscheiden sie zusammen über die Zukunft unseres Verbandes, engagieren sich in der Politik, fördern Forschung und Bildung und verbreiten den ökologischen Landbau. Wie der Bioland e.V. strukturiert ist, erfährst du hier.“ (https://www.bioland.de/unser-verband)	1.716 €	1.716 €	Verbands-sitzungen und Zusammenarbeit bei Projekten ca. 24 Std./ Jahr
Gemeinwohl-Ökonomie Bayern e.V. "Das Wirtschaftsmodell mit Zukunft - Als Institution der internationalen Gemeinwohl-Ökonomie Bewegung sind wir, der Gemeinwohl-Ökonomie Bayern e.V., am Umbau der gegenwärtigen Wirtschaftsordnung in Richtung einer Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) mit seinen Werkzeugen interessiert. Zusammen mit Anwender:innen unserer open-source Werkzeuge initiieren, organisieren und fördern wir Aktivitäten zur GWÖ in Bayern. Aktive unserer Organisations-einheiten berichten auf dieser Website und weiteren Kanälen über aktuelle Entwicklungen zur GWÖ in Bayern." (https://bayern.ecogood.org/)	720 €	720 €	Mitwirkung und Ausrichtung von GWÖ Veranstaltungen - ca. 20 Std./ Jahr

Münchner Ernährungsrat e.V. "Wir sehen uns als eigenständiges und unabhängiges Bündnis von Akteur:innen aus Zivilgesellschaft, Politik, Verwaltung, Wissenschaft, Wirtschaft und Bildung. Als gemeinnütziger Verein organisiert, arbeiten wir seit der Gründung 2018 weitgehend ehrenamtlich, sind offen für alle Interessierten, die unsere Ziele und Werte teilen und kooperieren mit zahlreichen Akteur:innen in den Bereichen zukunftsfähige Landwirtschaft & Ernährung aus der Region München." (https://muenchner-ernaehrungsrat.de/)	50 €	50 €	Mitgliedsbeiträge
Ökokisten e.V. Momentan sind wir rund 40 Ökokistler bundesweit, und wir werden immer mehr. Jeder von uns ist lokal vernetzt und liefert bestes Bio in seiner Region aus. Was uns verbindet? Höchste Bio- und Service-Standards, kontrolliert und zertifiziert. Und das Ziel, die Idee Bio im besten Sinne zu entwickeln. (https://www.oekokiste.de/)	1.200 €	1.200 €	Mitgliedsbeiträge
Unverpackt e.V. Der Unverpackt e.V. – Verband der Unverpackt-Läden ist der Berufsverband der Unverpackt-Läden in Deutschland und der deutschsprachigen EU. Der Verband wurde am 21. April 2018 in Nürnberg gegründet. (https://unverpackt-verband.de/)	250 €	250 €	Mitgliedsbeiträge
Verein Bio Hotels "Heute sind unsere BIO HOTELS mit rund 80 Häusern in sechs Ländern die nachhaltigste Hotelvereinigung am Markt. Wir bieten dir das Nonplusultra der Hotellerie – mit zertifizierter Bio-Qualität,	500 €	500 €	Organisation und Mitwirken bei Veranstaltungen ca. 10 Std./ Jahr

100 % Naturkosmetik, natürlichem Schlafkomfort und vielem mehr. Das alles bei möglichst geringen CO2-Emissionen, versteht sich. Für eine lebenswerte Zukunft und einen nachhaltigen Lebensstil – auch im Urlaub oder auf Geschäftsreisen." (https://www.biohotels.info/)			
Best economy forum (BioHotels/ Bioland/ GWÖ/ FiBL) Alle 2 Jahre stattfindendes nachhaltiges Wirtschaftsforum (https://besteconomy.org/)	-	-	Organisation und Mitwirken ca. Std. alle 2 Jahre
Best economy forum Bio-Lunchpakete für obige Veranstaltung	-	5.000 €	Spende
Dehoga Bayern Tourist GmbH Die Bayern Tourist GmbH vertritt die Ziele der Hoteliers und Gastronomen und unterstützt diese mit einem breiten Angebot und Know-How. (https://btg-service.de/)	-	4.740 €	Mitgliedsbeiträge
Greentable e.V. Initiative für nachhaltige Gastronomie (https://www.greentable.org/)	-	270 €	Mitgliedsbeiträge
Mellifera e.V. BeeGood Bienenpatenschaft als Kund:innen-Geschenk Initiative für Biene, Mensch, Natur - Pionier für wesengemäße Bienenhaltung (https://www.mellifera.de/)	-	34,21 €	Mitgliedsbeiträge
TobaCycle e.V. Innovatives Zigaretten Sammel- & Recycling-System (https://tobacycle.com/)	-	300 €	Mitgliedsbeiträge
Blühwiesenprojekt Jena Sponsoring Es geht um die Schaffung von Bio-Blühflächen. Bisher konventionell genutzte Ackerfläche wird in der Nähe von Crossen an der Elster langfristig zu einer ökologisch	-	250 €	Spende

nachhaltigen Anbaufläche gemacht. Auf dem Weg dorthin wird die Qualität des Bodens verbessert werden (Regeneration), es entsteht ein Schutzraum für Insekten und Kleinlebewesen (Artenvielfalt & Schutz) und die angebauten Blühpflanzen werden im Rhythmus ihrer landwirtschaftlichen Bearbeitung als Futter genutzt. Darüber hinaus wird ein Bioland zertifizierter Imker Bienenvölker aufstellen. Alle Gelder wandern direkt wieder in das Blüh-Projekt, damit es mindestens 3 Jahre Bestand haben kann. Das große langfristige Ziel ist eine regionale & vollkommen transparente ökologisch nachhaltige Anbaufläche. (https://www.jena-crowd.de/wiesenwerkstatt)			
Saat:Gut e. V. „Wir sind Landwirte, Saatgut-Händler, Bioland, Pflanzenzüchter, Großhändler, Einzelhändler und Privatpersonen – mit dem gemeinsamen Interesse, die ökologische Pflanzenzüchtung zu fördern und der Öffentlichkeit den freien Zugang zu Kulturpflanzen zu erhalten. Und dies tun wir nicht erst seit dem 1. August 2010, dem Gründungsdatum des Vereins.“ (https://www.saatgut.org/wer_wir_sind.cfm)	500 €	-	Spende
Kultursaat e. V. Die Arbeit des Vereins ist im Sinne des Finanzamts gemeinnützig und unterliegt keinen Profitinteressen. Ziele: Erhaltung bewährter Gemüsesorten Entwicklung neuer Gemüsesorten Veröffentlichung der Sortenentwicklung	620 €	120 €	Spende

Züchtungsforschung (https://www.kultursaat.org/)			
Bürgerstiftung Nürnberg Gemeinnützige und demokratische Stiftung, die Bildung und Erziehung, den Umweltschutz und die Gesundheitspflege, aber auch kulturelle Projektvorhaben der Menschen aus der Stadt Nürnberg fördert. (http://www.buergerstiftung-nuernberg.de/)	1.000 €	-	Spende
Corona Nachbarschaftshilfe FFB e.V. Einsatztruppe, die für jede beliebige Herausforderung, die die Corona-Krise (in FFB) mit sich bringt, kreative und schnelle Lösungen findet. Die Gründung basierte auf dem Ziel Helfer und Hilfesuchende während der Corona-Pandemie schnell zusammenzuführen. Die Aktionen des eingetragenen Vereins reichen von psychologisch helfenden Telefonaten bis zum Fahr-Service für Risikopatienten (https://www.corona-ffb.de/)	1.000 €	-	Spende und zeitlich kleinerer Aufwand bei der Mithilfe eines Corona-Projektes in 2020
mudra Drogenhilfe e.V. "Alternative Jugend- und Drogenhilfe Nürnberg e.V. Unser Schwerpunkt liegt in der Arbeit mit Drogenkonsument_innen in Nürnberg. Dabei umfassen unsere Aktivitäten ein breites Spektrum an ambulanten und stationären Angeboten, von der Beratung Betroffener und deren Angehöriger über Prävention, Streetwork, Betreuung sowie Substitutionsbegleitung, bis hin zu therapeutischen Hilfen, Beschäftigungs- und Qualifizierungsprojekten und Nachsorge. Der Kerngedanke: Drogenhilfe soll nicht bevormunden, sondern Hilfesuchenden die	1.000 €	-	Spende

Hand reichen." (https://www.mudra-online.de/)			
Kulturlieferdienst - ein Projekt von Isarlust e.V. Temporäre Verwandlung Münchens Straßen, Kreuzungen und kaum belebter Plätze in „Konzertsäle“ für alle und Unterstützung von Münchner Künstler*innen, Kulturschaffenden und Tontechniker*innen. Innerhalb von 2 Jahren konnten bereits 200 Konzerte auf Autostraßen und Plätzen organisiert werden. (https://www.isarlust.org/)	1.000 €	-	Spende
Akademie Schloss Kirchberg Schloss Kirchberg ist eine Akademie für ökologische Land- und Ernährungswirtschaft. Sie bieten Ihnen ein vielfältiges Programm aus Fortbildungen, Vorträgen und Tagungen an. Ein Schwerpunkt der Bildungsarbeit liegt bei der IHK zertifizierten Fortbildung „Fachkraft für Bio-Lebensmittel im Handel“, die sich insbesondere an Mitarbeitende des Lebensmittelhandels richtet. (https://akademie.schloss-kirchberg-jagst.de/)	90 €	-	Spende
Caritas Brucker Fenster Als Beschäftigungsprojekt richtet sich das Brucker Fenster speziell an Menschen, denen es schwerfällt, am ersten Arbeitsmarkt Fuß zu fassen. Das Brucker Fenster gibt Ihnen die Chance in einer auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Arbeitsumgebung zu zeigen, was in Ihnen steckt. Das Brucker Fenster ist dabei für viele Menschen zum gemütlichen	500 €	-	Spende

Treffpunkt geworden. (https://www.caritas-nah-am-naechsten.de/news-detail/5661/--brucker-fenster)			
Gemeinde Mammendorf (https://www.mammendorf.de/startseite-vg)	797,93 €	-	Spende
Klinik FFB Das Klinikum wird zusammen mit dem Seniorenheim Jesenwang als Kommunalunternehmen des Landkreises Fürstentum Bruck geführt. In der Klinik stehen umfassende Kompetenzen in allen wichtigen Fachdisziplinen der modernen Medizin und Pflege zur Verfügung. (https://www.klinikum-ffb.de/)	1.786,29 €	-	Spende
Seniorenheim Jesenwang In der entspannten und fürsorgenden Atmosphäre des Seniorenheimes Jesenwang finden ältere Menschen Unterstützung und ein passendes Zuhause. Neben qualifizierter körperlicher Pflege bietet das Seniorenheim auch ein inspirierendes Umfeld für Geist und Seele. Zum umfassenden Wohlbefinden ihrer Bewohner trägt ein engagiertes Mitarbeiterteam und ehrenamtliche Helfer bei. (https://seniorenheim-jesenwang.de/)	432,66 €	-	Spende

Kinderhaus Sonnenschein Das Kinderhaus Sonnenschein verfügt über Kinder-Bildungs- und Betreuungseinrichtungen. Der Markt Velden hat sich dafür entschieden sämtliche Einrichtungen unter eigener Regie zu führen. Damit wollen sie ein umfassendes, konkludentes und integriertes Betreuungskonzept für die Kinder von der Krippe bis zum Übertritt in eine weiterführende Schule oder dem Abschluss an ihrer Mittelschule sicherstellen. (Das Kinderhaus Sonnenschein verfügt über Kinder-Bildungs- und Betreuungseinrichtungen. Der Markt Velden hat sich dafür entschieden sämtliche Einrichtungen unter eigener Regie zu führen. Damit wollen sie ein umfassendes, konkludentes und integriertes Betreuungskonzept für die Kinder von der Krippe bis zum Übertritt in eine weiterführende Schule oder dem Abschluss an ihrer Mittelschule sicherstellen. (https://www.kinder-haus-sonnenschein.de/start.html))	28,04 €	34,32 €	Spende
Die Tafel Landkreis FFB Die Fürstenfeldbrucker Tafel hilft Menschen durch kostenlose Essensausgabe, eine schwierige Zeit zu überbrücken. Sie ist für viele Bedürftigen zu einem zentralen Mittelpunkt ihres Lebens geworden. Die Hans Kiener Stiftung unterstützt die Fürstenfeldbrucker Tafel bei den Räumlichkeiten für den Tafelladen. (https://www.fuerstenfeldbruck.de/ffb/web.nsf/id/pa_sp_brucker_tafel.html)	959,69 €	-	Spende

Weihnachtsfeier Mühlenmarkt https://www.herzogsaeigmuehle.de/einkaufen-und-einkehren/herzogsaeigmuehler-laeden/wochenangebote-muehlenmarkt	51,66 €	-	Spende
BRK FFB Ostergeschenke für Mitarbeitende im Altenheim (https://www.brk-ffb.de/)	-	352,63 €	Spende
Greenpeace e.V. - Ulrich Rüben Ulrich Rueben - Unser Wegbegleiter und Freund ist am 26. April 2021 verstorben. Jahrzehnte hat er die Bio-Branche maßgeblich mitgeprägt. Unermüdlich hat er sich für Bio eingesetzt – für die Landwirtschaft und für einen fairen Handel. Die letzten 11 Jahre hatte er als Kundenbetreuer für Bauck gearbeitet. Auf den Wunsch seiner Familie haben wir statt einen Kranz zur Beerdigung zu schicken an Greenpeace den entsprechenden Geldbetrag gespendet. Greenpeace setzt regelmäßig mit spektakulären Aktionen Zeichen für den Klimaschutz, Biodiversität oder Frieden. Greenpeace zählt mit mehr 3 Millionen Mitgliedern zu den größten und erfolgreichsten Vereinen der Welt. Greenpeace engagiert sich in einem breiten Themenspektrum und stellt klare Forderungen an die Politik.	-	200 €	Spende
Blumenthaler Wandel e.V. Leuchtstele Integration DEU Der Blumenthaler Wandel e.V. ist ein Verein für Nachhaltige Entwicklung mit Sitz in Aichach. (https://www.schloss-blumenthal.de/)	-	750 €	Spende

Fluthilfe (Zukunftsstiftung Landwirtschaft) Die Stiftung sorgt für schnelle finanzielle Unterstützung für durch die Flut geschädigte Biolandwirtschaftsbetriebe wie Gärtnereien, Obstbauern oder Winzer. (https://zukunftsstiftung-landwirtschaft.de/ueber-uns/aktuelles/2021/fluthilfe/)	-	2.500 €	Spende
Christiane Lüst Interessengemeinschaft gentechnik-freie Lebensmittel und Landwirtschaft e.V.	-	5.000 €	Spende
Familienfest Freiwillige Feuerwehr Mammendorf (https://feuerwehr-mammendorf.de/)	-	224,54 €	Spende
Fridays for Future Unterstützung des globalen Klimastreiks (https://fridaysforfuture.de/)	-	150,12 €	Spende
Radverein AS Cycling Team Ein Verein für Alle: Egal ob jung, alt oder mit körperlicher Beeinträchtigung. Der Verein soll Menschen zusammenbringen, um gemeinsam Rad zu fahren. Egal ob Rennrad, MTB oder Handbike. (https://www.ascyclingteam.com/)	-	263,74 €	Spende
Förderverein Zeller Sportfreunde e.V. Förderung Jugendsport, in dem explizit für Sportkleidung (https://www.scg-sport.de/)	-	650,00 €	Spende
Glückspilze (Hort-)Aufkirchen Nikolaus Hort zur Betreuung von Schülern (https://www.schuelerhort-egenhofen.de/)	-	27,02 €	Spende
Grundschule Mammendorf Nikolaus (https://www.schule-mammendorf.de/)	-	65,44 €	Spende

Sozialstation Caritasverband München-Nord Das Caritas-Zentrum München-Nord bietet allen Menschen in den unterschiedlichsten Notsituationen Rat und Hilfe und leistet mit seinen verschiedenen Einrichtungen und Projekten seit mehr als 50 Jahren einen wichtigen Beitrag zur Sozialarbeit im Münchner Norden (https://www.caritas-nah-am-naechsten.de/caritas-zentrum-muenchen-nord)	-	1.035,10 €	Spende
---	---	------------	--------

Seit 2013 sind wir Gründungsmitglied im Verein Förderung der Gemeinwohlökonomie und auch Mitglied in der Gemeinwohlökonomie in Bayern.

Da wir aus Überzeugung mit Bio-Lebensmitteln handeln und stark in der Bio-Szene verwurzelt sind, steht der Nutzen des Großen und Ganzen vor dem Eigennutzen. All diese Spenden und Mitgliedschaften dienen einer gemeinwohlorientierten und enkeltauglichen Welt.



Unsere nachhaltige und freiwillige Unterstützung stärkt Personen, Initiativen und Unternehmen, welche sich auf den Weg gemacht haben, anders zu wirtschaften, als es die rein rechtlichen Vorgaben von uns verlangen. Gemeinsam mit ihnen machen wir uns stark für eine menschen- und umweltfreundliche Politik.

Mit allen Akteuren pflegen wir stabile Partnerschaften. Dies leben wir durch langjährige Mitgliedschaften sowie die regelmäßige Unterstützung.

Anfragen aus unserer Region stehen wir generell offen gegenüber. Wenn deren Ziele unserer Vision entsprechen, suchen wir nach Möglichkeiten, wie wir diese unterstützen können.

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

In der Ökoring Handels GmbH wird illegitime Steuervermeidung nicht geduldet.

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Unsere Mitarbeitenden sind an Gesetz und Recht gebunden. Sie müssen fair, uneigennützig und transparent handeln. Schon bei der Auswahl unseres Personals achten wir auf integrale Persönlichkeitsmerkmale. Wir 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 Abteilungsleitenden 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.

In der Ökoring Handels GmbH wird keine Korruption geduldet. Uns sind derartige Vorfälle nicht bekannt.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Wir als Großhändler sind der Meinung, dass es wichtig ist, die ökologischen Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen zu kennen. Unsere Entscheidung, ausschließlich mit Bio-Lebensmitteln und zertifizierter Naturkosmetik zu handeln, reduziert die ökologischen Auswirkungen bereits im Vergleich zum Handel mit konventionell erzeugten Äquivalenten.

Wir selbst sind zu 80 % für den Vertrieb und die Distribution dieser ökologisch hochwertigen Produkte verantwortlich und möchten daher auch unsere eigenen Praktiken im Hinblick auf Ökologie und Umweltverträglichkeit überprüfen. Aus diesem Grund haben wir für die Jahre 2019 und 2020 erstmals den CO₂-Fußabdruck der Firma berechnet.

Zur Berechnung der CO₂-Bilanz haben wir mit dem KlimaAktiv-Rechner https://klimaktiv.co2-rechner.de/de_DE/, welcher uns durch die Mitgliedschaft beim Bundesverband Naturkost Naturwaren zur Verfügung gestellt wird, gearbeitet. Dieser ist vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit zertifiziert. Die in diesem Projekt erfassten Treibhausgas-relevanten Prozesse führten zu einem Gesamt-Carbon-Footprint in 2020 von 2.857 t CO₂e.

Ergebnis der einzelnen Sektoren

Sektor	CO ₂ e [t]	CO ₂ e [%]
Liegenschaften	138,29	4.84
> Wärme	20,62	0.72
> Strom	30,28	1.06
> Kälte- und Klimaanlage	87,40	3.06
Transport	2.597,74	90.93
> Fuhrpark	169,00	5.92
> Anfahrtswege	228,75	8.01
> Logistik (vorgelagert)	2.199,99	77.01
Sonstiges	120,77	4.23
> Catering	0,93	0.03
> Hotel	2,17	0.08
> Papier	3,60	0.13
> Druck	23,56	0.82
> Abfall	90,51	3.17

Sektor	CO ₂ e [t]
Klima-Invest	-49,29
> Erneuerbare	-49,29
PV Anlagen	
Ausweisung der bei Dritten vermiedenen Treibhausgasemissionen aufgrund der Eigenproduktion von regenerativ erzeugtem Strom (Grünstrom).	-49,29
> Klimaschutzzertifikate	---
Uhl-Media	
Nutzung kompensierter Dienstleistungen (Druck)	---
Sektor	CO ₂ e [t]
Schöler	
Nutzung kompensierter Dienstleistungen (Druck)	---
> Weitere Maßnahmen	---
Papierverbrauch	
Verwendung von Recyclingpapier	---

Unter dem Punkt Liegenschaften fallen Wärme-, Strom- und Kühltechnikausstöße. Geheizt werden unsere Räume mit regenerativer Energie: Erdwärme. Konkret besitzt Ökoring seit 2011 eine Grundwasser-Geothermie-Anlage, die die Kälte für das Kühlen der Lebensmittel produziert und gleichzeitig durch die entstehende Abwärme das Gebäude mit Wärme versorgt.

Außerdem betreiben wir inzwischen zwei Photovoltaik-Anlagen mit deren Hilfe wir quasi nahezu autark wären. Der produzierte Strom wird allerdings überwiegend in das Stromnetz eingespeist. Strom, welchen wir wiederum zukaufen, beziehen wir von der Stadt Fürstenfeldbruck. Hierbei handelt es sich um 100 % zertifizierten Ökostrom.

Im Bereich Kälte- und Klimaanlage wurden 2020 neue Kühlmittel beschafft. Für die Auslieferung von tiefgekühlter Ware benötigen wir aktuell noch Trockeneis, das wir sukzessive durch bepfandete Kühl-Akkus ersetzen.

Aktuell wird im Firmengebäude eine neue Kühlung installiert. Diese soll die bisherige Kühlmitteltechnik des Lagers ersetzen. Durch diese Umstellung sind wir auf dem neusten Stand der umweltschonenden Technik, welche auch der gestiegenen Kapazität Stand hält.

Der größte Anteil mit 91 % unserer Emissionen fallen auf den Bereich Transport. Aufgeteilt wird dieser Punkt in die Unterpunkte Fuhrpark, Anfahrtswege und vorgelagerte Logistik. Unter den Punkt Fuhrpark fallen alle LKWs, die von Ökoring geleast oder gekauft sind. Auch Dienstwagen der Mitarbeitenden sind Teil des Fuhrparks. Unter den Punkt Anfahrtswege werden alle Emissionen, die durch das Pendeln der Beschäftigten zwischen deren Wohnort und der Arbeitsstätte in Fahrzeugen, welche nicht von Ökoring betrieben werden, zusammengefasst. Hier konnten wir uns leider nur auf eine Abfrage aus dem administrativen Bereich mit reger Teilnahme berufen. Eine verbesserte Datengrundlage für die nächste Erfassung ist angestrebt. Aufgrund der Vielzahl an Zulieferant:innen sowie an Artikeln, welche wir einkaufen, können wir die Emissionen der einzelnen Produkte sowie deren Logistik bis zu uns (nachgelagert) zum heutigen Zeitpunkt leider noch nicht mit erfassen. Die Daten unserer Logistik-Partner:innen (vorgelagert) haben wir dagegen sehr genau vorliegen, da diese für unsere eigene Geschäftstätigkeit essentiell sind und wir somit einen direkten Einfluss auf diese nehmen können.

Der Punkt Sonstiges beinhaltet folgende Unterpunkte: Catering, Hotel, Papier, Druck und Abfall. Der Punkt Catering beinhaltet alle Emissionen, die durch Essen, welches von der Firma bezahlt worden ist, ausgingen. Hotelübernachtungen und die daraus resultierenden Treibhausgase werden im Unterpunkt Hotel zusammengefasst. Papier und Druck beinhalten jeweils den Papierverbrauch und die in Auftrag gegebenen Druckmaterialien in kg.

Im Punkt Abfall werden sämtliche Abfälle und deren CO₂-Emissionen zusammengefasst. Abfälle, die bei der Ökoring Handels GmbH entstehen, werden alle ordnungsgemäß entsorgt. Wir arbeiten mit zwei Abfallunternehmen zusammen:

Der größere Teil der Abfälle wird von der Schenker Industrie- und Städtereinigungs GmbH verwertet. Wir produzierten im Jahr 2020 mit unseren beiden Standorten und der Leergut Logistik Mammendorf GmbH 227,1 t Holzabfälle, 108,8 t Obst und Gemüseabfälle, 674,7 t Papier- & Pappe, 148,4 t gemischte Wertstoffe, 14,1 t Glasabfall sowie 13,2 t Schrott. All diese Wert- und Abfallstoffe werden von der Schenker GmbH recycelt, verbrannt oder ordnungsgemäß entsorgt.

(Verwertung, Recycling und Entsorgung können hier nachgelesen werden: <http://www.schenker-umwelt.de/annahme-und-verwertung/>)

Sensible Lebensmittelabfälle, wie Lebensmittel tierischen Ursprungs, Produkte mit Schädlingsbefall oder Produkte, welche nach einem Produktrückruf nicht mehr verzehrt werden dürfen, werden in verschlossenen Tonnen entsorgt und von der Berndt GmbH in 85445 Oberding entsorgt (Verwertung, Recycling und Entsorgung können hier nachgelesen werden: <https://berndt-gmbh.de/entsorgung-recycling/>). Im Jahr 2020 betraf dies 57,6 t Marktabfälle und 1,68 t Verpackungsmüll.

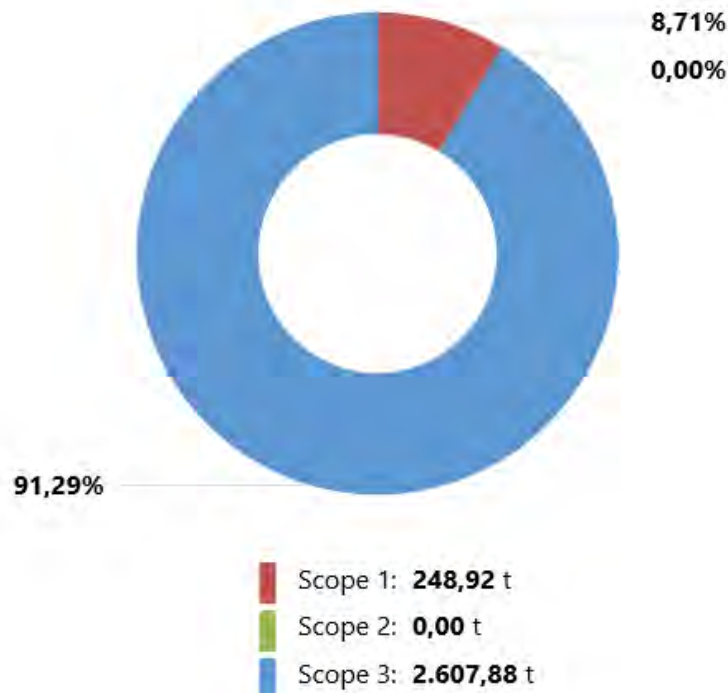
Insgesamt können wir für das Jahr 2020 166,4 t Lebensmittelabfälle verzeichnen. Pro Tag entspricht dies 456 kg. Im Vergleich zu den 110 t Lebensmitteln, welche wir pro Tag ausliefern, handelt es sich um 0,4 % Verlust. Im Vergleich zum Branchendurchschnitt haben wir geringe Verluste. Aktuell landen in Deutschland ca. ein Drittel aller Lebensmittel in der Tonne. Diese relativ geringen Verluste können wir erreichen, da wir noch verzehrfähige Ware generell nicht entsorgen.

Auch wenn es sich hier nur um 0,4 % der von uns umgeschlagenen Ware handelt, haben uns diese Mengen sehr erschreckt. Wir haben den starken Wunsch, eine weitere erhebliche Reduktion zu erreichen.

Auch im Bereich Verpackungsmaterial möchten wir weitere Fortschritte erzielen. Den Wickelfolienverbrauch zur Ladungssicherung konnten wir bereits reduzieren. Auch weitere Maßnahmen sind in Planung. Holzabfälle werden wir ab 2022 direkt an einen lokalen Partner abgeben, welcher diese zu Hackschnitzeln verarbeitet.

Ökoring verbrauchte 2020 circa 82 t Trockeneis. Benötigt wird dies für den Transport von Tiefkühlwaren. Um diesen Bedarf zukünftig zu reduzieren, setzen wir seit 2021 vermehrt auf wiederverwendbare Kühl-Akkus, welche gegen eine Pfand-Gebühr mit ausgeliefert werden. So konnten wir bis heute den wöchentlichen Bedarf an Trockeneis trotz steigendem Umsatz um etwa 20 % reduzieren.

Verteilung der THG-Emissionen in Geltungsbereiche (Scopes): CO₂e [t]



Treibhausgas Emissionen werden in drei Scopes eingeteilt, die folgendes beinhalten:

Scope 1: Direkte THG-Emissionen aus der Verbrennung von fossilen Brenn- und Treibstoffen stationär und mobil sowie Prozessemissionen und Verflüchtigungen von Kühl- & Kältemitteln.

Scope 2: Indirekte THG-Emissionen aus der Erzeugung von zugekauftem Strom, Wärme oder Dampf. – Keine Emissionen, da zugekaufter Strom keine Emissionen verursacht.

Scope 3: Andere indirekte THG-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette (Bspw. Rohstoffgewinnung, eingekaufte Waren, Logistik, Mobilität der Mitarbeiter, Nutzung der verkauften Produkte etc.).

Nicht-CO₂ Effekte (Luftverkehr): Zusätzliche Treibhausgaswirkung durch Flugreisen (insb. Ozon- und Wolkenbildung in der Troposphäre und unteren Stratosphäre).

So kommen wir auf einen direkt beeinflussbaren CO₂-Fußabdruck (Scope 1) von 249 t CO₂e.

Die Bereiche Wasserverbrauch, Licht, Eutrophierung durch Landwirtschaft haben wir betrachtet und diskutiert. Hier haben wir aber leider keine Datengrundlage vorliegen.

Ein CO₂-Monitoring wird in unserem gesamten Handeln einen immer relevanteren Stellenwert einnehmen. Wir planen zukünftig bei all unseren Überlegungen und Investitionen deren CO₂-Fußabdruck mit zu berücksichtigen, um unser Handeln und Wirtschaften effektiv in Richtung unseres Ziels von Null-Emissionen auszurichten. Aus diesem Grund möchten wir zeitnah prüfen, inwiefern wir das Monitoring zukünftig direkt in die gelebte Praxis integrieren können. Dies könnte durch ein sogenanntes Klimakonto, welches in unserer Buchhaltung mit gepflegt und geprüft wird, gelingen. Damit hätten wir zu jeder Zeit einen Überblick sowie Einfluss-Möglichkeiten auf unseren CO₂-Fußabdruck.

Veröffentlicht haben wir diesen bisher noch nicht. Nach unserem ersten Monitoring über die Jahre 2019 und 2020, werden wir unsere ersten Daten hierzu über unseren Gemeinwohlökonomiebericht veröffentlichen, welcher auf unserer Homepage für alle einsehbar sein wird.

Wir hoffen in diesem Bereich von Jahr zu Jahr dazu zu lernen, sowohl bei der Datenerfassung, als auch bei den möglichen Maßnahmen, welche wir zur CO₂-Reduzierung ergreifen können. Den Austausch hierzu mit anderen Unternehmen, Lieferant:innen, Kund:innen sowie Interessenten schätzen wir sehr.

Auch haben wir uns bereits Gedanken zu einer möglichen Kompensations-Leistung unserer unvermeidbaren CO₂-Emissionen gemacht. Wie bereits im Hinblick auf „klimaneutrale“ Produkte zu kommunizieren, gilt auch hier, dass wir dies zum aktuellen Zeitpunkt als kein wirklich transparentes und glaubwürdiges Kommunikations-Mittel sehen, da es keine Richtlinien zur Nutzung dieser Klassifizierung gibt. Unsere ersten Überlegungen würden allerdings eher in Richtung der Förderung von regionalen Projekten, wie beispielsweise der Erhalt von Streuobstwiesen oder der Förderung von Humusaufbau in der ökologischen Landwirtschaft in unserer Region, gehen. So hätten wir die Möglichkeit, selbst prüfen und transparent aufzeigen zu können, was tatsächlich zur Kompensation unserer CO₂-Emissionen getan wird.

Dies möchten wir zukünftig weiterdenken und sobald wir hier eine wirksame, umsetzbare und transparente Lösung gefunden haben, Verantwortung für unsere aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen übernehmen.

E3.2 Relative Auswirkungen

Der Großteil unserer CO₂-Emissionen kommt durch unsere Transport-Logistik zustande, welche heute leider immer noch mit Diesel betrieben wird. In allen anderen Bereichen sind wir stets auf dem aktuellen Stand der umweltfreundlichen Technik, was für uns nie in Frage stand. Wo möglich, bevorzugen wir regionale Lieferant:innen und somit kurze Lieferketten. Alle für uns auf den Straßen

fahrenden LKWs entsprechen der EURO 6 Abgasnorm. Schulungen für die Fahrer:innen zum Verhalten im Straßenverkehr und zur treibstoffarmen- und damit umweltschonenden Fahrweise werden gemäß dem Branchenstandard in regelmäßigen Abständen durchgeführt.

Die Umstellung unserer Logistik auf alternative Technologien ist bisher leider noch nicht umsetzbar. Wir beschäftigen uns fortlaufend intensiv mit diesem Thema und haben bereits mehrere Gespräche mit LKW-Herstellungsunternehmen geführt. Aktuell sind die zu geringe Reichweite, die noch ausbaufähigen Lademöglichkeiten und die Dauer des Lade- oder Tankvorgangs leider entscheidende Argumente gegen eine Umstellung. Allgemein sehen wir hier noch zu viele ungeklärte Fragen, auch in Bezug auf die nachhaltige Produktion und das Recycling – im Sinne von einer erneuten Einsetzbarkeit von beispielsweise den Batterien von Elektro-LKWs.

Wir werden weiterhin verfolgen, welche neue Antriebs-Technologie sich bei LKWs durchsetzen wird und deren Nachhaltigkeit überprüfen. Sobald sich hieraus eine praktikable Lösung ergibt, auf lange Sicht unsere Ware umweltschonender auszuliefern, wollen wir umgehend unsere Logistik-Partnerunternehmen dabei unterstützen.

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

Ökoring setzt sich für den Schutz unserer Umwelt ein.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Ökoring ist Transparenz ein wichtiges Anliegen. Dies ist einer der vielen Gründe, weshalb wir einen Gemeinwohlökonomiebericht schreiben und somit unsere Einstellung und unsere Bestrebungen im Hinblick auf alle mit uns in Beziehung stehenden Bezugsgruppen offenlegen. Anschließend wird der Bericht einem externen Audit unterzogen sowie ein Testat ausgestellt. Sobald wir dieses vorliegen haben, veröffentlichen wir den ausführlichen Bericht auf unserer Homepage. Aktuell ist dort der letzte Gemeinwohlökonomiebericht von 2019 zu finden. Dieser berichtet über die Jahre 2017/ 2018. Das Audit hatte Roland Wiedemeyer durchgeführt.

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Allgemein kann jede Person/ jedes Unternehmen/ jede Behörde per Telefon, Email, Fax oder Social Media mit uns in Verbindung treten. Unser lösungsorientiertes Arbeiten ermöglicht es, dass eingehende Anfragen schnell an der Stelle landen, wo diese bearbeitet werden können. Jede Anfrage wird von uns geprüft, bearbeitet und beantwortet.

In der folgenden Tabelle sind Berührungsgruppen aufgeführt, welche in diesem Bericht bisher noch nicht angesprochen wurden.

<u>Bezugsgruppe</u>	<u>Plattform (Wo?)</u>	<u>Impulse(Was?)</u>	<u>Wie kommt es/sie zu uns?</u>	<u>Notizen</u>
<u>Physische Nachbarn</u>	Direkter Kontakt	Beispiel: Neubau	Vorschriften	Unterschriften aller Nachbarn bei Neubaulprojekten notwendig
<u>Gemeinde/ Landkreis</u>	Baugenehmigung	Genaue Vorgaben/ Vorschriften müssen eingehalten werden.	Nach Bauantrag → Vorschriften	-
<u>Gemeinde/ Landkreis</u>	Lärmbelästigung	Messungen nach Benchmark Skala finden regelmäßig statt.	Routine oder nach Beschwerden,	-
<u>Gesundheitsamt</u>	Hygiene- und Gesundheitsvorschriften (2020/2021 zusätzlich: Corona Regelungen)	Wöchentliche Kontrollen (Strafe bei Missachtung)	Routine-besuche (Staats-vorgaben)	-
<u>Ernährungsrat FFB</u>	Kooperation verschiedener Akteure – von Erzeugung bis hin zur Entsorgung, die in ihrer Vielfalt alle Bereiche des Ernährungs-	Zielsetzungen für die lokale Ernährungspolitik diskutieren, Handlungsprogramme erarbeiten und deren Umsetzung begleiten	Als Gründungsmitglied ist Ökoring im Ernährungsrat vertreten	Lokales Netzwerk

	systems abdecken.			
FFE	Anfragen per Email werden ernsthaft bearbeitet.	Unterstützung für Demonstrationen	Anfragen per Email oder Kontaktformular	Enkeltaugliche Zukunft
Best Economy	Konferenz für nachhaltig wirtschaftende Unternehmen	Mit der Etablierung des BEST ECONOMY forum möchten die vier Verbände Bioland, BIO HOTELS, die Initiative der Gemeinwohlökonomie sowie FIBL eine nachhaltige Alternative zum Weltwirtschaftsforum erschaffen. Das Forum versteht sich zum einen als Ort der Inspiration und Diskussion, gleichzeitig sollen aus den Worten aber auch Taten folgen.	Teilnahme am Forum	Vernetzung, Inspiration, Motivation

Wir pflegen eine offene Kommunikations-Kultur. Wir freuen uns über jede Anfrage, Anregung sowie jeden fachlichen Austausch. Ein spezielles Ethik-Forum haben wir hierzu nicht eingerichtet.

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

In der Ökoring Handels GmbH haben wir weder Intransparenz gefördert, noch bewusst Fehlinformationen verbreitet.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

In den nächsten ein bis zwei Jahren möchten wir folgende Ziele umsetzen:

Bereich Lieferant:innen

Um Verantwortung für unsere Zulieferkette zu übernehmen, haben wir bereits verschiedene Werkzeuge in unserem Betriebsablauf installiert: Unsere Lieferantenvereinbarung und unser neu eingeführter Handzettel für Lieferant:innen-Gespräche. In den nächsten zwei Jahren möchten wir hier konkret:

- unsere Lieferant:innenvereinbarung noch konsequenter einsetzen und somit die Haltung unserer Lieferant:innen im Hinblick auf Solidarität und Gerechtigkeit sowohl bei bestehenden, als auch bei neu entstehenden Partnerschaften abfragen,
- den „Handzettel für Lieferant:innen-Gespräche“ konsequent einsetzen,
- eine Struktur für die Ablage aller Dokumente im Bereich der Lieferant:innen-Kommunikation und -Dokumentation optimieren bzw. eine neue Struktur etablieren sowie
- eine Dienstleistungsvereinbarung für unsere Dienstleister:innen aufsetzen. So werden wir unseren Blick auf alle unsere Kreditoren über unsere Waren-Lieferant:innen hinaus ausweiten und auch hier die gesamte Lieferkette im Blick haben.

Bereich Mitarbeitenden

Ein familiäres Betriebsklima liegt uns sehr am Herzen. Aus diesem Grund werden wir uns weiterhin sowohl kurz- als auch langfristig mit den Bedürfnissen unserer Mitarbeitenden befassen. Konkret haben wir in den nächsten zwei Jahren folgendes vor:

- Der Bau eines Aufzugs und somit die Barrierefreiheit unseres Firmengebäudes (Anfang 2022),
- die Installation einer „Feedback-Box“, als erster Schritt in Richtung Mitarbeitenden-Umfrage (Anfang 2022),
- die Durchführung einer ersten Mitarbeitenden-Umfrage (2023),
- die Aufstockung unseres Personals (2022/ 2023) sowie
- weitreichende Angebote und Zusatzleistungen für unsere Mitarbeitenden:
 1. Durchführung einer Kleidertauschparty (2022)
 2. Etablierung eines After-Work-Treffs (2022)
 3. Einführung einer sozial fairen Krankenzusatzversicherung. (2023) sowie Angebot von Gesundheitskursen, wie Yoga, Meditation, Rückenfit (2022/ 2023)
 4. Das Seminar- und Weiterbildungsangebot wiederaufleben lassen (2022)

5. Die Durchführung von Exkursionen zu unseren Lieferant:innen oder Kund:innen (2022/ 2023)
6. Die Ausbildung mindestens einer/ einem psychologischen Ersthelfer:in (2022/ 2023)
7. Verbesserte Arbeitsbedingungen im Tiefkühl-Lager (bspw. Investition in Heizmatte vor dem Lager)
8. Verpflegungsangebot an unserem Betriebsstandort optimieren
9. Leasing-Modell für E-Bikes anbieten
10. Das Angebot von hybriden Arbeitsplätzen (wenn es der Arbeitsplatz hergibt)

Ökologische Auswirkungen unseres Handelns

Logistik

Um unserem Anspruch an einen fair und umweltfreundlichen Handel mit Öko-Lebensmitteln auch weiterhin gerecht werden zu können, werden wir weiterhin an einer alternativen Lösung zur Ladungssicherung mit PE-Wickelfolie suchen. Hierzu werden wir engmaschigere, mehrseitige und höhere Rollis testen sowie weiter in wiederverwendbare Expander investieren.

Lebensmittelverschwendung

Unsere Lebensmittelverschwendung mit ca. 0,4 % ist im Branchenvergleich bereits auf einem sehr niedrigen Niveau. Doch ist uns die Lebensmittelverschwendung immer noch zu hoch. Aus diesem Grund werden wir uns dem Thema in unserer AG Wertvoll Handel(n) weiter annehmen und zusätzliche Maßnahmen erarbeiten, um die Lebensmittelverschwendung auf ein Minimum zu reduzieren.

Ökoring und die Gemeinwohlökonomie

Eines unserer größten Ziele ist es, die Prinzipien und Hintergründe unseres erneuten GWÖ-Audits sowohl unternehmensintern bis ins Lager und zu den Fahrer:innen, als auch extern mit Broschüre und weiteren Marketing-Maßnahmen verstärkt zu kommunizieren. Workshops für alle Mitarbeitenden sind hierzu in Überlegung. Noch dazu wird zukünftig die Geschäftsleitung einmal im Quartal an unserer AG Wertvoll Handel(n) teilnehmen, sodass wir die uns gesetzten Ziele sowie nächste Schritte evaluieren, diskutieren und festlegen können. Wir sehen diesen regelmäßigen Austausch als einen weiteren Meilenstein zur stärkeren Verankerung der GWÖ-Prinzipien in all unserem Handeln.

Langfristige Ziele

Auch langfristig gesehen haben wir uns so einiges vorgenommen:

Bereich Lieferant:innen

Ganz nach unserer Firmenphilosophie möchten wir unser Sortiment in folgenden Bereichen stets weiter ausweiten:

- BioRegional-Sortiment
- Produkte mit Bio-Verbands-Qualität
- Fair gehandelte Ware aus Übersee
- Produkte mit recyclingfähigem Verpackungsmaterial
- Klimaneutral produzierte Produkte

Bereich Finanzen

Dass Geld ein großer Hebel ist, ist weitreichend bekannt. Aus diesem Grund ist es uns ein großes Anliegen unser Banken-Portfolio stark auszudünnen und bei zukünftigen Projekten verstärkt mit der GLS Gemeinschaftsbank eG zusammenarbeiten.

Auch möchten wir unsere Verbindlichkeiten verbessern. So streben wir an, langfristig schuldenfrei zu sein.

Bereich Mitarbeitenden

Wir möchten auch in Zukunft Menschen einen sinnstiftenden Arbeitsplatz in der Region Fürstenfeldbruck/ Münchener Umland bieten und unseren Werten eines familiären Arbeitsumfelds festhalten. Hierzu wollen wir uns weitreichend und noch stärker mit den Bedürfnissen und Anliegen unserer Mitarbeitenden auseinandersetzen. Die Mitarbeitenden-Umfrage soll uns hier immer wieder Klarheit geben und somit in regelmäßigen Abständen etabliert werden.

Bereich Kund:innen

Um unsere Kund:innen auch in Zukunft eine zuverlässige und nachhaltige Bezugsquelle für Bio-Lebensmittel bieten zu können, möchten wir daran festhalten unsere strategischen sowie sinnstiftende Kooperationen sukzessive immer mehr auszuweiten. Wir streben stets eine sichere Rohstoffversorgung sowie höchste Qualitätsstandards an.

Bereich umweltfreundliches Handeln

Allgemein strebt Ökoring die Reduzierung der eigenen CO₂-Emissionen in Richtung Null-Emissionen an. Die jährliche Erfassung unseres CO₂-Fußabdrucks wird somit als Werkzeug in unsere jährlichen Betriebsabläufe integriert.

Zur Reduzierung unseres Ressourcenverbrauchs möchten wir unsere Verwaltung auf komplett papierlos umgestellt haben.

Uns ist bewusst, dass die Transport-Logistik unsere größte Stellschraube für CO₂-neutrales Handeln darstellt. So möchten wir langfristig eine alternative Lösung für die Verteilung der Ware an unsere Kund:innen finden. Wir werden daher weiterhin stark verfolgen, welche wirklich klimafreundliche Technologie sich im Logistik-Bereich (LKWs) durchsetzen wird. Sobald sich hier eine gangbare Möglichkeit rauskristallisiert, werden wir ein Konzept erarbeiten, wie Ökoring gemeinsam mit seinen Logistik-Partner-Unternehmen die Umstellung gelingend umsetzen kann. Bis dahin möchten wir ebenfalls einen Weg zur wahren Kompensation unserer unvermeidbaren CO₂-Emissionen gefunden haben.

Zukunftsfähigkeit Ökoring

Um Ökoring für die Zukunft sicher aufzustellen, möchten wir ein zeitgemäßes ERP-System zur Automatisierung aller Geschäftsprozesse gefunden und eingeführt haben sowie mögliche Nachfolgemodelle für einen gelingenden Generationswechsel prüfen. So möchten wir unseren Mitarbeitenden die Arbeitsplatzsicherheit gewährleisten.

Allgemein möchten wir unserer Firmenphilosophie stets treu bleiben und mit unserer Geschäftstätigkeit vor allem die regenerative ökologische Landwirtschaft regional sowie global mit all den uns zur Verfügung stehenden Mitteln fördern und somit einen wertvollen Beitrag zum Gemeinwohl leisten.

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 auditert ist.