

GEMEINWOHL-BERICHT 2013

UNTERNEHMEN

FIRMENNAME:

FRISCH & FEIN Gromotka KG

Branche:

Naturkost-Einzelhandel

Anzahl der MitarbeiterInnen: 23

TÄTIGKEITSBEREICH

Frisch & Fein wurde 1995 gegründet und ist der Landshuter Tagwerk BioMarkt, eine Verbindung freier Biomärkte in der Region Freising/Landshut/Erding und Umgebung, die sich den Zielen der Tagwerk Genossenschaft verpflichtet haben.

Zielsetzung ist, den ökologischen Landbau und den Zugang zu seinen Produkten in der Region zu fördern und ein komplettes Angebot an gesunden Nahrungsmitteln aus ökologischer Landwirtschaft dazu ergänzend zu präsentieren. Schwerpunkte im Sortiment waren und sind bis heute regionale Frischeprodukte aus kleinbäuerlichen Strukturen.

Gemüse, Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren, Käse und Milchprodukte sind die Hauptumsatzträger. Die Pflege persönlicher Kontakte vom Erzeuger über die Verarbeitungsbetriebe und den Handel bis hin zum Verbraucher sind Teil unseres Verständnisses von fairem Handel. Dazu wird eine breite Auswahl an Trockenprodukten bis hin zur Naturkosmetik angeboten. Kompetente Fachberatung in allen Sparten und 100% Bio im Sortiment gehören zur Firmenphilosophie.

Berührungsgruppe	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhalt.	Soziale Gerechtigkeit	Mitbestimm. & Transp.
A: LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				72 von 90 80%
B: GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				15 von 30 50%
C: MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	C3: Förderung des ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz
	63 von 90 70%	40 von 50 80%	15 von 30 50%	24 von 60 40%	27 von 90 30%
D: KundInnen/Produkte/Dienstleistungen/Mitunternehmen	D1: Ethisches Verkaufen	D2: Solidarität mit Mitunternehmen	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards
	35 von 50 70%	28 von 70 40%	63 von 90 70%	9 von 30 30%	21 von 30 70%
E: Gesellschaftliches Umfeld	E1: Sinn u. gesellschaftliche Wirkung der Produkte u. Dienstleistung.	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
	72 von 90 80%	20 von 40 50%	7 von 70 10%	36 von 60 60%	6 von 30 20%
Negativkriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsrecht/-normen/Menschenrechte	Feindliche Übernahme	Illigitime Umweltbelastungen	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen/Töchter
	0 von -200	0 von -200	0 von -200	0 von -200	0 von -100
	Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	Sperrpatente	Verstöße gegen Umweltauflagen	Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen trotz Gewinn	Verhinder. Betriebsrat
	0 von -200	0 von -100	0 von -150	0 von -150	0 von -150
	Beschaffung bei/Kooperation mit menschenwürde-verletzenden Unt.	Dumpingpreise	Geplante Obsoleszenz	Umgehung Steuerpflicht	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten/Lobby-Organisat.
0 von -150	0 von -200	0 von -100	0 von -200	0 von -200	
			Unangemessene Zinsen für Nicht-Mitarbeitende	Exzessive Einkommensspreizung	
			0 von -200	0 von -100	

A 1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

Die Frisch & Fein KG handelt ausschließlich Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau in enger Partnerschaft mit der Tagwerk Verbraucher- und Erzeugergenossenschaft eG. 33% des Umsatzes werden mit Tagwerk-Produkten aus der engeren Region (Umkreis von ca. 50 km) getätigt. Soziale Aspekte werden im Einkauf berücksichtigt (Lebensgemeinschaft Höhenberg als Lieferant betreut behinderte Menschen, Produkte aus bäuerlicher Landwirtschaft werden grundsätzlich bevorzugt). Produkte, hinter denen Landschaftspflege und Artenschutz bei der Produktion stehen, werden bevorzugt.

Über den Großhandel Bodan und Tagwerk, die beide Gemeinwohlabilanzen erstellen, werden die vorgelagerten Lieferanten ausgesucht: Mitglieder der Tagwerk eG und Mitglieder ökologischer Anbauverbände werden bevorzugt. Überwiegend besteht eine langjährige Zusammenarbeit. Mit den Lieferanten finden regelmäßig Gespräche über die Herstellung, den Anbau und die allgemeine betriebliche Situation statt.

Über unseren Gesellschafts- und Lizenzvertrag verpflichten wir uns aktiv auf eine regionale, ökologische und soziale Ausrichtung.

Wir beziehen Ökostrom regional.

Verbesserungspotential:

Lieferantenbewertung in Zusammenarbeit mit dem Großhandel Tagwerk und Bodan, die ebenfalls eine Gemeinwohlabilanz erstellen (wir bringen uns als Vorstand, Partnerbeirat, Partner hier bei unseren Hauptgroßhändlern intensiv und konstruktiv ein)

B 1

ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

Bei Finanzierung des Projektes wurden möglichst viele Direktverbindungen zu Nutznießern geknüpft. Erzeuger wie Verbraucher waren über private Darlehen beteiligt und sind das z.T. bis heute. Die Tagwerk eG als Gemeinschaft von Bauern und Verbrauchern ist heute Mitgesellschafter und Geldgeber. Die Regionalwert AG als transparenter Aktionärsverbund mit regionaler, sozialer und ökologischer Orientierung ist heute Geldgeber in Form einer Stillen Beteiligung. Sonstige Bankkredite bestehen keine.

Unsere Firma arbeitet im Girokontenbereich ausschließlich mit regionalen Banken. Sparkasse Landshut und VR-Bank Landshut sind für die Entwicklung des örtlichen Mittelstandes maßgeblich. Außerdem kümmern sich diese Banken um ihre ursprünglichen Aufgaben: den Sparer und die Finanzierung der örtlichen Firmen sowie den Betrieb örtlicher Filialen.

Eine langfristige Veranlagung ist in der Firma derzeit kein Thema. Kurz- und mittelfristig werden Festgeldkonten bei o.g. Banken betrieben. Ansonsten gehen Reinvestition, Ausweitung und Verbesserungsmaßnahmen in der Firma vor.

Verbesserungspotential:

bei zukünftigen Erweiterungen wird auf ausschließliche Direktfinanzierung hingearbeitet. Ethisch nachhaltige Finanzdienstleistungen im Sinne einer Umweltbank oder der GLS-Bank werden von den regionalen Instituten noch zu wenig in den Focus gerückt. Hier könnte im Girokontenbereich auch anders abgewogen werden und eine Zusammenarbeit mit der GLS-Bank sinnvoll sein.

C 1

ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Transparentes System der Mitbestimmung und Zuständigkeit. Hierarchie ist bei uns ausschließlich Mittel und Form einer klaren Verteilung von Verantwortlichkeiten. Kleine Abteilungen mit klaren Zuständigkeiten und hohem Mitbestimmungsfaktor. Personalrat wird von der Mitarbeiterschaft bestimmt.

Keine Zeitarbeit, keine kurzfristig Beschäftigten, sehr geringe Lohnspreizungen.

Persönlich sehr flexibel gestaltbare Arbeitszeiten, gerade für Teilzeitbeschäftigte. Berücksichtigung anderer Lebensaufgaben möglich. Auf Ergonomie in den Arbeitsprozessen und Gesundheitsförderung wird regelmäßig eingegangen.

Keine geschlechtsspezifischen Unterscheidungen

C 2

GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

Größtenteils bestehen Teilzeitverträge. Es gibt keine unbezahlten Überstunden und keine Überstunden über die Normalarbeitszeit hinaus, auch keine Zeitarbeit.

Arbeitsplatz ist Lebensraum. Der bewusste Umgang damit wird schon deutlich an der gemeinsam umgesetzten künstlerischen Ausstattung des Geschäftsraumes – ein Mitarbeiterprojekt, das über 2 Jahre umgesetzt wurde. Bei Frisch & Fein steht der Mensch im Vordergrund – als Kunde wie auch als Mitarbeiter. Ihre Tätigkeiten machen die Mitarbeiter aus Überzeugung.

C 3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Bioernährung in großer Auswahl und zu günstigem Preis vorhanden. Stete Fortbildungsmaßnahmen für alle Mitarbeiter werden durchgeführt.

Mitarbeiter werden auch im Allgemeinen aufgeklärt und angehalten sich stets umweltfreundlich zu verhalten. Fuß, Rad, ÖPNV und Fahrgemeinschaften werden von den Mitarbeitern bevorzugt.

Die Förderung ökologischen Verhaltens ist Teil der Firmenphilosophie und wird täglich gelebt.

C 4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

die Einkommen sind relativ gesehen nah beieinander. Die Spreizung beträgt 1,9 (2,3 incl. vollhaftendem Unternehmer), was bei einer Betriebsgröße mit über 20 Beschäftigten sehr niedrig ist. Eine engere Spreizung würde von den Mitarbeitern mit höherer Verantwortung und Berufserfahrung als ungerecht empfunden.

Im Branchenvergleich liegen die Einkommen im mittleren Bereich. Die geringsten Einkommen liegen nicht unter dem zukünftigen gesetzlichen Mindestlohn.

Da die Lohnabrechnungen bisher ausschließlich Chefsache sind, haben wir hier keine Punkte veranschlagt.

C 5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

Durch die überschaubare Personalzahl und -struktur werden Entscheidungen schnell weitergereicht, klar kommuniziert und erklärt. Eine Anhörung des Personals dazu findet statt.

Auch ohne Institutionalisierung der Entscheidungsprozesse findet hier im regelmäßigen Meinungs Austausch innerbetrieblich eine demokratisch orientierte Führungsauswahl statt.

Grundsätzliche Mitbestimmung durch Einholung der Meinungen ist da. Wichtige Entscheidungen werden in der Mitarbeiterschaft vorher diskutiert. Einwendungen mit bedacht.

Nach mehreren Versuchen Mitarbeiter direkt zu beteiligen, wurde diese Variante letztlich nicht mehr weiter verfolgt.

D 1

ETHISCHES VERKAUFEN

Die Unternehmensziele stecken in unseren Produkten. Ökologie, Umwelt- und Naturschutz sind verbunden mit der Produktion unserer Waren. Dies zu vermitteln ist ein großer Anteil der Verkaufstätigkeit und erreicht vor allem bewusst einkaufende Kunden.

Das Bemühen um eine klare Produkttransparenz steht in unserem Betrieb im Vordergrund. Naturkost lobt sämtliche Inhaltsstoffe aus. Darüber hinaus gehen wir mit der Auswahl der Hersteller sehr bewusst um und kommunizieren dies auch.

Eine Mitbestimmung der Kunden in diesem Bereich ist bei uns im Ladengeschäft durch tägliche persönliche Kontakte und Meinungsaustausch sehr ausgeprägt.

Reklamationswesen ist sehr kundenorientiert. Reklamationen werden stets mit den Herstellern kommuniziert.

D 2

SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Durch die Teilnahme des Unternehmens an diversen Austauschgruppen wie etwa einer ERFA-Gruppe (zweimal jährlich) und dem Tagwerk-Ladner-Forum (sechsmal jährlich) findet eine stete Offenlegung des Konzeptes und eine Weitergabe funktionierender Methoden und Prozesse statt.

25% des Werbeetat werden in einer Kooperation vergeben (Werbegemeinschaft der Tagwerk-Ladner)

D 3

ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Sowohl die Produkte als auch deren Beschaffung entsprechen hohen ökologischen Anforderungen. 100% Bio, möglichst regional. Darüber hinaus werden in der Zusammenarbeit mit Tagwerk z.B. alte Getreidesorten oder samenfeste Gemüsesorten angeboten.

Das Angebot wird nach Möglichkeit nicht quersubventioniert. Die Mischkalkulation in Grenzen gehalten. So werden auch ökologisch günstige Produkte wie Getreide nicht verteuert, um andere preiswerter zu gestalten.

Im täglichen Kundengespräch und über vielerlei Kommunikationsmittel (Schrot und Korn, Tagwerk-Zeitung, eigenes Info-Mailing) werden stetig und aktiv ökologische Aspekte an unsere Kunden herangetragen.

D 4

SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE

Benachteiligte Kundengruppen werden durch Angebote mit Preisnachlass angesprochen. Es konnten Laden-Führungen mit sozial benachteiligten Menschen durchgeführt werden mit dem Schwerpunkt auf Möglichkeiten kostengünstiger Ernährung incl. Verkostung von Getreide- und Gemüseprodukten.

Enge Zusammenarbeit mit KiGa, Förderzentrum, Kulturtafel, Mütterzentrum u.a. örtlichen Initiativen.

D 5

ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Über die Beteiligung an ERFA-Gruppen, den Bodan Partnerbeirat und vor allem die Partnerschaft mit der Tagwerk-Genossenschaft versuchen wir so stark wie möglich entlang der gesamten Wertschöpfungskette mit fairen Preisen zu hantieren, für unterschiedlichste Bedürfnisse Arbeitsplätze zu schaffen und damit eine ökologische und soziale Alternative zum herkömmlichen Wirtschaften zu etablieren.

Aktive Mitgliedschaften und Netzwerkpartnerschaften.

Vernetzung mit Gruppen vor Ort (Kulturtafel, Bund Naturschutz, VCD) und Vernetzung mit bundesweiten Verbänden (Bioland, Demeter, BNN)

E 1

SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE

Ökologische Landwirtschaft reduziert grundsätzlich gesundheitliche, soziale und ökologische Risiken.

Unser regionaler Schwerpunkt schafft und erhält Arbeitsplätze in der bäuerlichen Landwirtschaft und der handwerklichen Verarbeitung, beinhaltet kurze Wege zwischen Erzeugern und Verbrauchern und trägt so auch zur Reduzierung von Transportbelastungen bei.

E 2

BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Grundsätzlich ist das Engagement des Unternehmens im ökologischen wie im sozialen Bereich am Gesamtwohl orientiert. Zusätzlich wird gespendet in Kunst, Kultur, ökologische und soziale Projekte im Rahmen von 1% des Umsatzes.

Mit der Ausbreitung der Tagwerk-Idee konnten Arbeitsplätze in der Region – in Landwirtschaft, Gartenbau und Imkerei, in Bäckereien, Metzgereien, Brauereien und Mühlen – gehalten und geschaffen werden. Mit finanziellem Beitrag wurden außerdem unterstützt: Das Kleine Theater, die Afrikatage, Die Freie Kunstakademie, Das Landshuter Kurzfilmfestival, die Kulturtafel, die Frauenschafkopfrunde, das Mütterzentrum, ADFC, Bund Naturschutz u.a.

Regelmäßige und über Jahre hinweg feste Unterstützung.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Nach Einbindung eines Energieberaters wurden Sparmaßnahmen im Energiesektor eingeleitet. Im gemieteten Teil eines Gemeinschafts-Gebäudes sind die Möglichkeiten begrenzt. Bei Kühlung und Beleuchtung konnte angesetzt werden.

Im Branchenvergleich LEH sehen wir uns im Durchschnitt, was die Möglichkeiten der Energiesparmaßnahmen angeht.

Erste Optimierungsstrategien sind vorhanden.

E 4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE

Die Firma ist inhabergeführt mit dem teilhabenden Kommanditisten Tagwerk eG und dem Stillen Gesellschafter Regionalwert AG. Beide sind transparente Unternehmen. Der Gewinn verbleibt vornehmlich im Unternehmen. Geringe Abflüsse gehen zum einen in die Sicherung der Urproduktion (Regionalwert AG) und in die Sicherung von transparentem und fairem regionalen Handel (Tagwerk eG). Mitarbeiter sind über Boni und Sonderzahlungen indirekt am Ergebnis beteiligt.

E 5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Erste Schritte im GWÖ-Bericht. Interner Dialog begonnen.

AUSBLICK

KURZFRISTIGE ZIELE

Aktuell arbeiten wir mit unseren Partnern bei Tagwerk eng an einer Verbesserung in der Verarbeitung regionaler Bio-Fleisch- und Wurstprodukte.

Die Hintergründe vermehrter Verwendung samenfester Sorten in unseren Gärtnereien wollen wir dem Verbraucher näher bringen.

Ethische Verbesserungen wie Bruderhahn-Initiativen konnten bei unseren Eierzeugern umgesetzt werden, müssen dem Verbraucher aber noch näher gebracht werden.

LANGFRISTIGE ZIELE

Wir sehen uns als selbständiger Teil einer Verbraucher-Erzeuger-Genossenschaft. Gemeinschaftlich formulierte Ziele an den Verbraucher heranzutragen und den Fokus immer mehr auf einen auch regional fairen Handel mit ökologisch sinnvollen und gesunden Lebensmitteln zu richten ist stetes Ziel.

Dabei wird an einer demokratischen Mitarbeiterbeteiligung weiter zu arbeiten sein.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Bericht und Bilanz wurden durch den Geschäftsführer und die Marktleitung nach intensiven Gesprächen erstellt.

Im Zeitraum von Januar bis November 2014

Ca. 80 Std. wurden dafür aufgewendet.

In einer Mitarbeiterversammlung wurde das Konzept der Gemeinwohl-Ökonomie vorgestellt. Der Entwurf von Bericht und Bilanz wurde dann den MitarbeiterInnen vorgelegt und mit einem interessierten Teil von ihnen diskutiert.

Datum: 30.11.2014