
Gemeinwohlbilanz (5.0)



Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Biomarkt La Vida
Rechtsform: e.K.
Eigentums- und Rechtsform: Einzelunternehmen
Sylvia Haslauer 08806-7249 (Laden), +49 1516 1421690 (Handy)
Website: www.biomarkt-lavida.de
Branche: Naturkost-Fachhandel
Firmensitz: 86919 Utting Schondorferstr. 15 a
Im Jahr 2017 Gesamtanzahl der Mitarbeitenden Personen: 25 + selbst
Vollzeitäquivalente: 7 + selbst
Saison- oder Zeitarbeitende: 6
Umsatz 2017: 1,2 Mio €
Jahresüberschuss 2017: 52197 €

Berichtszeitraum: 2017

Kurzpräsentation des Unternehmens

Ein halbes Jahrhundert Bioladen in Utting

Vor 50 Jahren startete Ursula Oberndörfer mit dem Biohandel am Ammersee

Am Ammersee war sie eine Pionierin. Als Ursula Oberndörfer 1968 mit ihrer Familie von Donauwörth nach Utting zog und im Gries das damalige Reformhaus übernahm, steckte die Biobranche noch in den Kinderschuhen. Eigentlich hatte sie den Beruf der Kinder-Krankenschwester gelernt. Mit 17 kam die gebürtige Dresdnerin in einen Schweizer Haushalt und lernte dort die Ernährungsweise nach Bircher-Benner kennen. Da wurde der erste Grundstein gelegt. "Meine Mutter musste schon früh sehr auf Ernährung achten, denn als Kind war sie sehr zart und kränklich. Sie hatte immer Nierenprobleme, und dass bis ins hohe Alter", erinnert ich (Sylvia Haslauer) mich als Tochter. Als Anthroposophin hat für meine Mutter alles Natürliche und auch selbst hergestelltes Essen oberste Priorität gehabt. Im Laufe der Jahre eignete sie sich zudem ein enormes medizinisches Wissen an. Erste Biowaren gab es schon im Gries Nr.2, im 20 Quadratmeter großen Lädchen bei Frau Zink. Frisches Gemüse kam vom Weingärtner aus Dießen oder Kartoffeln vom Stümpflhof bei Landsberg.

1985 hieß es Umziehen innerhalb Uttings. Das neue Domizil war der Malermeisterladen von Heinrich Kiefer, der Laden hier viel größer (30 Quadratmeter) und jetzt auch mit einem Lager. Viele Uttinger schätzten das Wissen meiner Mutter. Im Ort galt sie längst als Instanz in punkto gesunder Ernährung. Ihre Kunden kamen nicht nur zum Einkaufen. Sie suchten auch den Rat der versierten Biohändlerin. Als ich mich 2003 dann als Vollzeitkraft in das Geschäft mit einbrachte, wurde noch einmal umgezogen, diesmal an den Dorfbrunnen, in das ehemalige Haushaltswarengeschäft der Familie Ness. Und gut sieben Jahre später ging es dann in die Planung für den jetzigen Biomarkt La Vida an der Uttinger Hauptdurchgangsstraße. Mitte 2011 kam dann der Umzug in die Schondorferstr 15a, in das ehemalige Kolpinghaus.

Biologisch-ökologisch gehört mittlerweile zum festen Lebensprogramm unseres Ladens.

Mehr als 7500 Artikel, von Obst, Gemüse, Milch bis zur Kindernahrung, Windeln, Wein, mediterrane Feinkost und sogar Zahnbürsten aus nachwachsenden Rohstoffen finden sich heute in den Regalen von unserem Biomarkt La Vida.

15-20 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zählt der Biomarkt, darunter auch Teilzeitkräfte. Wichtige Standbeine sind eine Vielfalt an zertifizierter Natur-Kosmetik, das umfassende Sortiment von Bio-Weinen und die enorme Auswahl an erlesenen Käsesorten von Schaf, Kuh und Ziege. Die Käsetheke umfasst gut 150 Sorten, ein Angebot, wie es am Ammersee kaum ein zweites Mal zu finden ist. Doch nicht nur bei den Waren legen wir heute Wert auf Bio und Nachhaltigkeit. Kühlung und Ladenbeleuchtung wird mit Ökostrom betrieben, für Obst und Gemüse gibt es mehrfach verwendbare Stoffbeutel im Angebot und für lose Produkte wie z.B. Müsli, Reis, Linsen, Nüsse, Pasta und Getreide spezielle Abfüllstationen.



Sylvia Haslauer

Foto: Anja Ostermann

Produkte / Dienstleistungen

Vollsortiment: Lebensmittel, Wasch-Putz-Reinigung, Kosmetik, Drogerie, Kleinkindbekleidung, Bistro

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Ich war bereits auf zwei Veranstaltungen zum Thema Gemeinwohl mit Christian Felber und mich hat das Thema schon sehr lange beschäftigt. Unsere Großhändler Bodan und Ökoring machen schon Bilanzen, was mir sehr imponiert. Reduzierung vom Stromverbrauch, Mitarbeiterbeteiligung, Vernetzung mit GH, Verbänden und Kollegen, sind Themen die mich sehr beschäftigen.



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	für	Biomarkt La Vida e.K.
	M5.0 Kompaktbilanz	2017	Peergruppe:	Landsberg Lech 2018
Begleiter*in	Roland Wiedemeyer			Beteiligte Peergruppen Firmen
				Doro Heckelsmüller
				Jochen Siebel
				Praxisgemeinschaft AMEDEA
				rw-cct gmbh
Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 50 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 40 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 80 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 60 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 70 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 20 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 40 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 40 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 40 %	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: 70 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 50 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 20 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %
			Testat gültig bis: 20. Mai 2021	BILANZSUMME: 493

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0, ZertifikatID: ej653
Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Die folgende Tabelle zeigt die derzeitigen Lieferanten von uns, bei denen wir Ca. 80% des Gesamteinkaufswarenwertes von **811 838,-€** beziehen.
 Unser Biomarkt LaVida handelt ausschließlich Lebensmittel aus kontrolliert

Jahresumsatz unserer Hauptlieferanten		Anteilig	Bewertung der Lieferanten in der GWÖ					
			letzte Lieferanten	Geldgeber	Mitarbeiter	Kunden	Ges.Umfeld	
Lieferant	2017		GWÖ	A1	B1	C1	D1	E1
Bodan	369.825,00 €	46%	2015/2016			50	70	70
Ökoring	74.562,00 €	9%	2013/2014			27 von 90	30 von 50	81 von 90
Rapunzel	58.048,00 €	7%		Nachhaltigkeitsbericht 2013 - 2017				
Tagwerk	40.446,00 €	5%						
Landfrau	34.644 €	4,2%						
Schilcher	32.559,00 €	4%						
Biogarten	30.200,00 €	3,8%						
Sonstige	68 Lieferanten	21%						
	Gesamt	100%						

biologischem Anbau. Die Produkte/Dienstleistungen, die wir beziehen, sind mit einer Vielzahl an gesellschaftlichen Auswirkungen verbunden. Da wir viele unserer Zulieferer sehr gut persönlich kennen, wissen wir auch oft vom Umgang derer mit ihren Mitarbeitern. Wir als Biomarkt setzen auf Vernetzung und Umgang in Augenhöhe. Mit unserer Entscheidung für einen Lieferanten, können wir in unserer Zulieferkette Verantwortung zeigen.

Das Ziel ist es, zum „Wohlbefinden“ aller Berührungsgruppen in der gesamten Zulieferkette beizutragen (z.B. Mitarbeiter/innen, Mitbewerber/innen und Lieferant/innen, lokales Umfeld, Gesellschaft allgemein und Kund/innen). Deshalb ist es wichtig, unsere Lieferant*innen zu kennen und dies zu fordern.

Unsere Kriterien zur Auswahl unserer Lieferanten

Da wir nur 100% biologische Produkte im Angebot führen, ist für uns selbstverständlich bei der Auswahl unserer Lieferanten diese zu bevorzugen, die den gleichen Ansatz haben. Wir favorisieren Verbandsware, CMS-freie und samenfeste Sorten bei Obst/Gemüse und wann immer möglich, auch aus regionalem Umfeld. Deswegen sind uns Ökoring und Tagwerk, als Regionale Frischlieferanten sehr wichtig. Wir werden aber auch direkt von Bauern der Region beliefert. Von diesen Landwirten, die wir persönlich kennen, beziehen wir z.B. Kartoffeln, verschiedenste

Gemüsesorten oder Honig. Dadurch ist die Lieferkette sehr transparent und die Zusammenarbeit immer sehr persönlich.

Mit Bodan, unserem Hauptlieferanten haben wir die längste Lieferbeziehung (über 30 Jahre). Bodan erstellt auch kontinuierlich eine Gemeinwohlbilanz und unterstützt unter anderem auch das Projekt „WIR Bio Power Bodensee“. Sie sind für uns ein Vorbild im gemeinnützigen Denken.

Verbesserung: Fragebogen an Lieferanten

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Da wir uns für unsere Hersteller und Lieferanten interessieren und gerne genauer über diese informieren, pflegen wir einen direkten Kontakt zu ihnen, so haben wir die besten Möglichkeiten Transparenz zu schaffen. Wir versuchen auch auf vorwiegend die Produkte zuzugreifen, bei denen wir die Produzenten kennen gelernt haben und die Transparenz der Zulieferkette beurteilen können. Das geht zum Beispiel über Betriebsbesichtigungen und Händlerreisen zu Herstellern.

Viel kann man auch in einem GWÖ-Bericht, einem Nachhaltigkeitsbericht oder über direkte Gespräche rausfinden.

Unser Sortiment besteht zu 100% aus Bio Verbänden, wie z.B. EG-Bio, Naturland, Bio-Swiss, Bioland, Biokreis, Demeter, Ecovin usw. Daraus bedingt sich ein eigener Standard.



A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Lieferant	Anteil Umsatz	Maßnahmen zur Verbesserung der ökol. Auswirkungen
Bodan	46%	LKW Scania P 340 mit Biogas-Antrieb - nachhaltige Logistiklösung Reduzierung des CO2-Ausstoßes bis zu 90%
		2015: ersten Erdgas-LKW in Betrieb genommen und CO2-basierte Transportkühlungen in Dienst gestellt. 2016: Umstellung der betriebseigenen Tankstelle auf HVO-Kraftstoff
		100% Bio-Kantine
		Partner der Regionalwert AG
		WIR-Bio Power vom Bodensee Unterstützer
		2016: Die Grünfläche des Firmengeländes wird „Naturgarten“ Bioland zertifiziert.
Ökoring	9%	CO2-neutraler Energiekreislauf durch umfassendes Energiemanagement
		100% Wasserkraft
		Bio-Regional Händler
Rapunzel	7%	100% unabhängig von Erdöl&100% Strom aus erneuerbarer Energie
		Deckt durch Eigenstrom 73% des Stromverbrauchs ab
		seit 2014: energiesparende Beleuchtung
		Reinigung der Rohrleitungen ohne Chemikalien - Molchsystem
		EMAS-Zertifiziert
Tagwerk	5%	Achten auf kurze Transportwege und schonende handwerkliche Verarbeitung
		Erste stressfreie Schlachtereier: Hier ist alles an einem Fleck: der Stall, das Schlachten, die Zerlegung und die Verarbeitung. Die Tiere kommen ausschließlich von Tagwerk-Bauern aus der Region, haben eine kurze Anfahrt und verbringen die letzten Tage im großen Laufstall neben der Metzgerei. Ohne lange Transporte, ohne Angst und Stress für die Tiere geschieht alles in Ruhe und ohne laute Geräusche.
Landfrau	4,20%	
Schilcher	4%	
Biogarten	3,80%	
Sonstige	21%	
	100%	

Ziele: Berücksichtigung der Zulieferkette: Telekom, Strom, Büro, und sonst. Ausgaben

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Mit einem sehr engen Kontakt zu unseren Zulieferern können wir gut im direkten Gespräch Themen erfragen, die uns auf dem Herzen liegen.

Eigene Aktivitäten in Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten:

- Ökoring: Gemeinsame Projekte wie Genuss nach Ladenschluss Veranstaltungen bei uns im Biomarkt
- Bodan: Mitgliedschaft im Partnerbeirat
- Zusammenarbeit im BNN-Kuratorium mit Rosi Weber von Biogarten

Durch unsere Verbände sind wir immer aktuell informiert über neue Kooperationen und Inhaberwechsel in der Branche. Somit können wir auch sehr schnell reagieren und wichtige Entscheidungen treffen, was unser Sortiment betrifft. (Z.B. Wagner Pizza auslisten, weil von Nestle übernommen...)

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Geld ist für uns ein Vereinfachungsmittel um miteinander wirtschaften zu können.

Leben und leben lassen!

Im Idealfall sollte man ohne Druck von jeglichen monatlichen Kreditrückzahlungen an Banken auskommen können. Ausreichendes Eigenkapital kann ein Wachsen aus eigener Kraft ermöglichen und bedeutet finanzielle Unabhängigkeit.

(Unser Eigenkapitalanteil im Jahr 2017 = 79 % - inklusive Genussrechte v. Kunden und Mitarbeitern)

2011 wurde im Zuge der Vergrößerung von 55 qm auf 220 qm an einem anderen Standort in Utting (an der Hauptstraße) mit mehreren Banken verhandelt.

Fazit: Zu wenig Sicherheiten, noch nie Schulden gemacht, ein zu hohes Risiko...

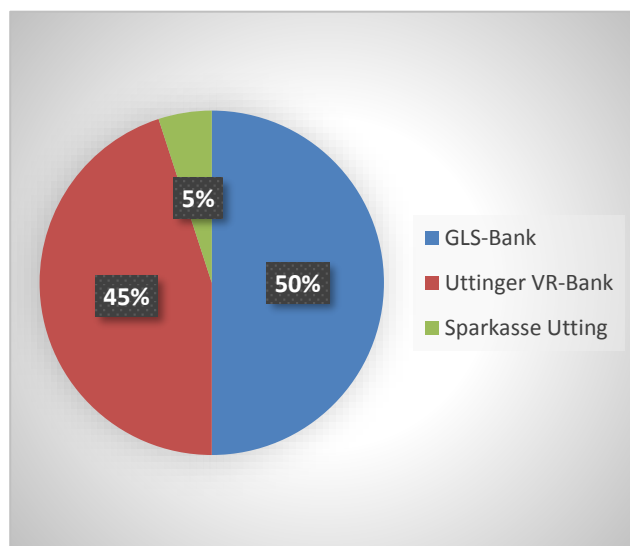
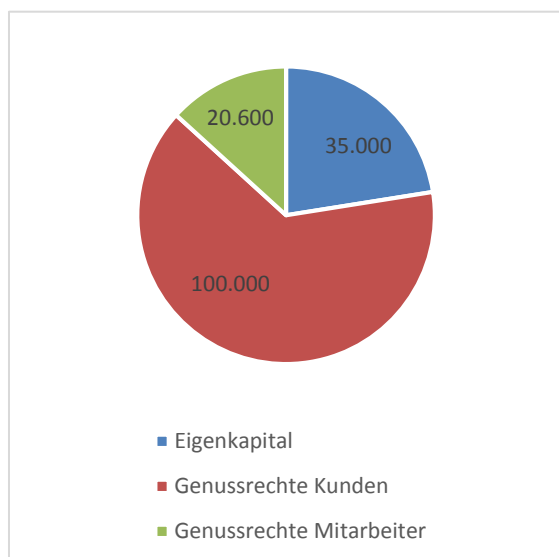
Schlussendlich konnten wir unser Projekt mit Eigenkapital (25 000€) und Genussrechten (100 000€) von Kunden finanzieren.

Unser Vorhaben und unsere Lust auf Unabhängigkeit von jeglichen Banken wurde mit Flyern bekanntgemacht und an unserem Infoabend konnten wir bereits Unterschriften für 80 000€ sofort generieren, die restlichen benötigten 20 000€ wurden in den darauffolgenden Wochen von Kunden in uns investiert.

Die Planung und der Komplettumbau der Räumlichkeiten erfolgte fast ausschließlich in Eigenleistung mit großer Unterstützung von meinem Mann Christian, der zufällig dafür den richtigen Beruf hat. (Trockenbau)

Durch die schon vorhandenen Regale und zusätzlich gebrauchten Möbel konnten wir die Kosten relativ geringhalten, so dass wir unser geplantes Ziel nur um ca. 15 000€ überschritten. Wir eröffneten zu dieser Zeit zusätzlich zu unserer Hausbank im Ort ein zweites Geschäftsgiro-Konto bei der GLS-Bank und hatten durchweg positive Verhandlungen mit der GLS (Eine nachhaltige Gemeinschaftsbank). Unser GLS-Berater bot uns eine Zwischenfinanzierung an, die wir dann mit monatlichen Rückzahlungen von nicht ganz 300€ bis Ende 2016 problemlos zurückzahlen konnten. Inzwischen wickeln wir über 50% unserer Gesamtumsätze bei der GLS Bank ab.

Die ersten Rückzahlungen (30 000€) der Genussrechte sind im Jahr 2018 geplant. Rücklagen wurden zum größten Teil schon gemacht, denn nach unserer Vergrößerung sind wir sehr zufrieden mit unserer Gesamtentwicklung und konnten aus eigener Kraft zwischenzeitlich Erneuerungen und Verbesserungen durchführen. Das sind unter anderem ein gekühltes Gemüse-Regal, neue modernere Kühltruhen, Türen vor der MOPRO und weitere Kleinigkeiten um die Energie Effizienz zu steigern.



B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Unser Mittelüberschuss aus unseren Einnahmen soll uns übers Jahr unabhängig für notwendige Investitionen machen. Außerdem werden regelmäßig Rücklagen für die Ausschüttung unserer Genussrechte zurückgelegt.

- Auszahlende Genussrechte im Jahr 2017: 30 Tsd. €
- Auszahlung Geschäftsanteil Tochter Dominique Sarring 12000€
Weitere Rücklagen für:
- 50-Jähriges Jubiläum – ca. 20 Tsd. € in 2018
- Neue Käsewaage 2-4 Tsd. € in 2018
- Neue Touch-Kasse 3-4 Tsd. € in 2019

Die laufenden Kosten wie Krankenkasse, Private Steuern, Privatanteil Ware und KFZ usw. von mir, der Inhaberin, werden unterm Jahr als laufende Kosten vom Kapital entnommen.

Die tatsächlich entnommenen BAR-Entnahmen im Jahr 2017 betragen 7000 €, das sind umgerechnet ca. 580€ im Monat.

Um die Regionalen Wirtschaftskreisläufe zu stärken, akzeptieren wir schon seit 2003 unsere Regionalwährungen. Seit 2013 kann man als Kunde mit der Bürgerkarte „Bürger vermögen viel“ verschiedene Vereine und Organisationen unterstützen.

Die Bürgerkarte hat den Ammerlehtaler abgelöst.

Führendes Gründungsmitglied der Regionalwährung Ammerlehtaler war meine Mutter Ursula Oberndörfer.

Da die Wirtschaftlichkeit eines Unternehmens, Größtenteils von ihren Mitarbeitern abhängt, sollen anfallende Gewinne auch zu einem großen Teil in die Entlohnung, Weiterbildung und Entlastung der Mitarbeiter investiert werden.

Bilanz 2017

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	52 Tsd. EUR
Gesamtbedarf geplante Zukunftsausgaben in 2018 u.2019	10 Tsd. EUR
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben Jubiläum	20 Tsd. EUR
Anlagenzugänge in 2017	2 Tsd. EUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn) in 2017	11 Tsd. EUR
Auszuschüttende Kapitalerträge in 2018 (Genussrechte)	42 Tsd. EUR
Soziale Abgabe u. Aufwendungen f. Altersvorsorge in 2017	44 Tsd. EUR

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Rücklagen wurden genügend gebildet, es ist keine Neuverschuldung geplant

Verbesserungspotenziale/Ziele: Inhaber- und Mitarbeiter-Gehalt anpassen
Arbeitsstunden Sylvia anpassen an Vollzeitkraft

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Bei sämtlichen Erneuerungen und Erweiterungen wird der ökologische Aspekt mit einbezogen. 2015 haben wir Glas-Türen vor der MOPRO montiert, 2012 einen großen TK-Schrank in 2 TK-Truhen ausgewechselt und 2016 die komplette Lichanlage in LED-Technik umgestellt. Dadurch konnten wir ca. 30% des Stromverbrauchs einsparen.

Auf konsequenten Ökostrom (Polarstern) haben wir bereits 2016 umgestellt.

2017 verwenden wir einen sparsamen Laserdrucker um Druckerpatronen und Tinte einzusparen.

Da wir in einem Mietobjekt agieren, sind uns in vielen Bereichen die Hände gebunden wie z.B. bei unserer Abwärme, diese könnte ins Heiz System integriert werden...

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Als langjähriges Familienunternehmen im Mittelstand haben wir es geschafft ohne Abhängigkeit von den Banken 2011 zu vergrößern und konnten dabei die Kunden über Genussrechte beteiligen. Meine Tochter Dominique ist durch eine Kapitaleinzahlung am Geschäft und somit auch anteilig am Gewinn beteiligt. Das erleichtert eine mögliche spätere Geschäftsübernahme. Somit haben wir derzeit den Stand einer Atypischen stillen Gesellschaft-Biomarkt La Vida e.K..

Außerdem bieten wir seit 2012 auch unseren Mitarbeitern an sich mit Eigenkapital zu beteiligen.

Ein Einsatz von max. 360€ im Jahr (bei einer Vollzeitkraft) ist steuerfrei möglich.

Anteilmäßig - je nach Arbeits-Stundeneinsatz werden in Form einer Weihnachtzulage zusätzlich (MA-Genussrechte) ins Geschäftsvermögen eingelegt und mit 6% verzinst.

Die zu versteuernden Zinsen werden als Einkaufsgutscheine ausbezahlt.

Der Dialog mit unseren Mitarbeitern/-innen ist uns sehr wichtig bei unseren Entscheidungen.

Es werden regelmäßig Mitarbeiter Gespräche geführt und einmal monatlich TEAM-Treffen organisiert.

Verteilung Eigenkapital Stand Ende 2017

• Unternehmerin Dominique	12500	8%
• Führungskräfte Sylvia	34762	22,5%
• Mitarbeiter*innen Einlage:	8369	5,5%
• Kund*innen Genussrechte:	100 000	64%
• Lieferant*innen – Keine		

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Für uns bedeutet Menschenwürde, dass jeder einzelne Charakter zählt und unser Team um ein weiteres Merkmal vervollständigt. Bei uns ist es egal welche Herkunft, Alter oder Geschlecht jemand mit sich bringt - wir bauen auf Vertrauen, Wertschätzung und Diversität. Unsere Meinung ist, dass Erfolg nur mit eigener Zufriedenheit und vor allem auch mit körperlicher Gesundheit zustande kommen kann und deshalb bauen wir darauf.

Unsere Unternehmenskultur

Wir sind ein Familienbetrieb und leben einen sehr persönlichen und offenen Arbeitsalltag. Wir wünschen uns ein Miteinander, kein Gegeneinander. Jeder einzelne kann sich für einen Bereich spezialisieren und Aufgaben verantwortungsvoll übernehmen. Wir fördern und nutzen die Interessen und Stärken jedes Mitarbeiters.

In der monatlichen Mitarbeiterbesprechung werden Konflikt- oder Problemthemen angesprochen und behoben. Bei unklaren Arbeitsschritten oder Methoden wird eine gemeinsame Lösung gefunden mit der alle Beteiligten einverstanden sind.

Jeder ist bei uns willkommen. Uns ist wichtig, dass die gemeinsamen Werte und Normen zusammenpassen.

Folgende Kennzahlen können wir für das Jahr 2017 feststellen:

- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit: 47 Monate = ca. 4 Jahre
- Fluktuationsrate: 30%
- Im Jahr 2017 ist unsere Fluktuationsrate wesentlich höher als in den Jahren zuvor, da wir einige Neueinstellungen vornehmen mussten um den Arbeitsausfall zwei Langzeiterkrankter und drei Mitarbeiter in Elternzeit zu kompensieren.
- Mitarbeiter Gesamt in 2017: 25 Persönlichkeiten (Im Vergleich zum Jahr 2016: 15-17 Mitarbeiter)
- Das komplette Team trifft sich monatlich zu einer Mitarbeiterbesprechung, bei der wichtige und aktuelle Themen besprochen werden. Im jährlichen Mitarbeitergespräch wird offen über alle Themen gesprochen.
- Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten 3 Jahre – 36 Monate

Unsere Mitarbeiter sollen ausdrücklich nicht krank zur Arbeit erscheinen. Das Ansteckungsrisiko ist zu hoch und das hätte noch mehr Krankheitsausfälle zur Folge. Nur wer gesund ist, kann Freude und Zufriedenheit bei der Arbeit an Kunden und Kollegen weitergeben und so für das Gesamtergebnis eine Bereicherung sein.

Der Betrieb wurde im Jahr 2011 von 50 qm auf 220 qm vergrößert. Durch die Vergrößerung und die Entstehung neuer Aufgabenbereiche wurden neue Mitarbeiter eingestellt. Bereits seit 2006 sind wir ein Ausbildungsbetrieb. Wir bieten Eltern oder Schülern die Möglichkeit Teilzeit oder auch nur einen Minijob bei uns auszuführen. Wir haben in unserem Betrieb zwei Mitarbeiter mit dem Status einer Schwerbehinderung. Die sexuelle Orientierung ist bei uns absolut nicht relevant.

Mitarbeiter 2017

Alter	Gesamt	Neueinstellung	Befristeter Vertrag oder Kündigung
< 20	2	0	0
20 bis < 30	12	3	6
30 bis < 40	7	1	3
40 bis < 50	2	0	0
50 bis < 60	2	0	0
60 bis < 70			
Summe	25	4	9

Geschlecht	Gesamt	Neueinstellung	Befristeter Vertrag oder Kündigung
Weiblich	22	3	7
Männlich	3	1	2
Summe	25	4	9

Ethnie	Gesamt	Neueinstellung	Befristeter Vertrag oder Kündigung
Deutsch	24	3	8
Kasachstan	1	1	1
Summe	25	4	9

Arbeitsbereiche

- Kasse
- Theke
- Obst & Gemüse
- Büro, und Bestellwesen
- Lager

Jede Abteilung hat ihre Aufgaben, die selbstständig erledigt und kontrolliert werden. Für die Übergabe an die nächste Schicht gibt einen täglichen Austausch und Kommunikations-Bücher, in die aktuelles und langfristiges notiert wird (Kassenbuch, Thekenbuch, Büro-Bestellung).

Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Unsere Mitarbeiter stehen vor folgenden gesundheitlichen Herausforderungen: Schweres Tragen, heben und schieben, langes Stehen oder Sitzen und einseitige Belastungen. Eine Unterweisung zum richtigen Tragen, Heben und Schieben bekommen alle Mitarbeiter bei der Einarbeitung. Unsere Rollwägen sind grundsätzlich mit Gummibändern zu sichern und nur mit dem richtigen Schuhwerk zu bedienen. Unterweisungen für eine rückschonende Arbeitsweise und ein ergonomischer Stuhl an der Kasse sind uns wichtig. Um die gelieferte Ware einzuräumen besitzt jeder Mitarbeiter ein Sicherheitsmesser zum sicheren Schneiden von Pappe, Karton, Klebeband, usw.

Weiter- und Fortbildung

Fortbildungen sind dringend erwünscht und werden ganzjährlich allen Mitarbeitern angeboten. Natürlich wird die aufgebrachte Zeit als Arbeitszeit gerechnet und Fahrtkosten übernommen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir möchten als Betrieb eine Ausgleichs-Beschäftigung zur Arbeit anbieten wie z.B. Yoga, Entspannung, Fitnessangebote oder Massageangebote. Außerdem wollen wir das Fahrradfahren fördern und belohnen.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Unsere Arbeitsverträge werden mit allen Mitarbeitern individuell gestaltet und bei Bedarf angepasst. Wenn allerdings eine Schicht (z.B. nachmittags) dauerhaft unterbesetzt ist, wird explizit nach diesen Zeiten gesucht und ausgeschrieben.

Die Arbeitsverträge basieren bei Neueinstellungen auf rechtlich geprüften Vorlagen. Die Vorlagen werden dann hinsichtlich der Arbeitszeit und der Gehaltsvorstellungen entsprechend an die Bedürfnisse der Mitarbeiter und Möglichkeiten des Betriebes angepasst. Unsere definierte Arbeitswochenzeit liegt bei 40 Stunden (Vollzeit). Da wir allerdings gerade für Mütter eine Plattform sind bieten wir über die Hälfte der Arbeitsstunden in Teilzeit an.

Der Stundenlohn liegt bei Schülern unter 18 Jahren bei mindestens 7€ und über 18 Jahren bei 9€. Unsere fest angestellten Mitarbeiter in Teil- oder Vollzeit erhalten einen Stundenlohn zwischen 9 – 12 €. Zusätzlich erhält jeder Kassen-Mitarbeiter 16€ Fehlgeld. Fahrtkosten, einen Zuschuss zur betrieblichen Altersrente oder auch auf Wunsch mehr Urlaubstage anstelle einer Lohnerhöhung bieten wir unseren Mitarbeitern an.

Lohnverteilung 2017 bei gesetzl. Mindestlohn 8,84€									
Minijobs:									
Wöchentl. Arbeitszeit:	Anzahl d. MA	Steuerklasse	Std.Lohn Brutto	Alter					
2,5 Std	1	G	7,00 €	16					
8-9 Std	3	G	9,20 - 11,50€	21-26					
10-12 Std.	4	G	8,90-11,00€	26-56					
Probezeit	1	G	nur f. 2 Monate	26					
					Netto				
Teilzeit bis Vollzeit					umger.a. Vollzeit	fehlgeld	Fahrgeld	Betr. Altersrente	
12 Std.	1	3	9,87 €	48	1.620,00 €	ja			
15 Std.	1	5	9,20 €	38	1.178,00 €	ja	ja		
18 Std.	1	4	10,50 €	35	1.491,00 €	ja	ja		
20 Std.	1	3	10,40 €	29	1.460,00 €	ja			
21 Std.	1	1	11,00 €	26	1.516,00 €	ja			
24 Std.	1	5	11,00 €	45	1.310,00 €	ja	ja	ja	
24 Std.	1	1	10,40 €	48	1.428,00 €				
24 Std.	1	1	10,00 €	36	1.365,00 €				
40 Std.	2	1	11,20 €	20 u. 28	1.410,00 €	ja	ja /nein	ja/ nein	
Lehrling	1	1		16	584,00 €				
Probezeit	1	1	ca 1 Monat	42	1.305,00 €				

Jeder Mitarbeiter hat einen personalisierten Chip um sich an unserem frei zugänglichen Zeiterfassungsgerät zu Arbeitsbeginn, zu Pausen und zu Arbeitsende an bzw. abzumelden. Überstunden sollen grundsätzlich vermieden werden, kommen aber vor. Die geleisteten Überstunden sollen stets zeitnah in Freizeit oder Ausnahmefällen in Entlohnung abgebaut werden.

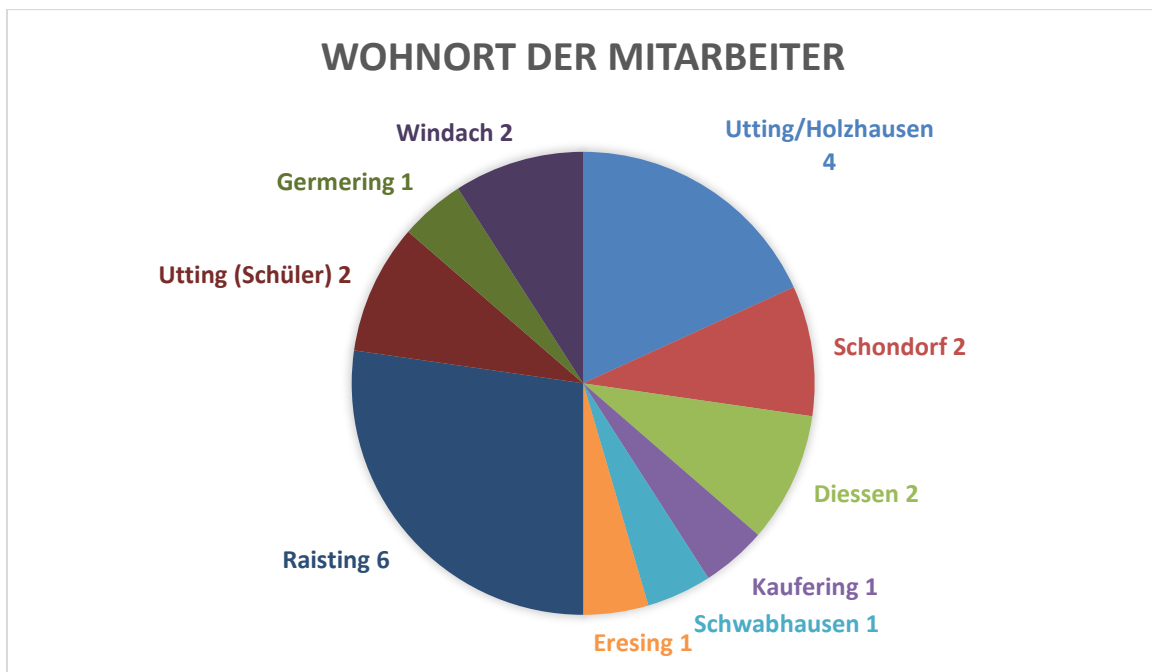
Wir setzen uns folgendes Ziel bzw. sehen Verbesserungspotenzial darin, die definierten Wochenstunden einer Vollzeitkraft auf 38 Stunden zu senken, und die Löhne generell schrittweise zu erhöhen im Rahmen des wirtschaftlich Möglichen. Wir wollen in unser Personal investieren, denn das ist unser größtes Erfolgspotential um eine gute Kundenzufriedenheit zu erlangen

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Wir haben für uns erkannt, dass BIO einfach besser schmeckt, noch dazu dient ökologische Landwirtschaft dem Wohle jedem Einzelnen. Wir legen sehr viel Wert darauf unsere Werte an unsere Mitarbeiter weiterzugeben, durch Schulungen und Gespräche, auch in Team Besprechungen wird versucht auf Nachhaltigkeit aufmerksam zu machen.

- Unter anderem wird bei der Erstellung dieses Berichts ein Teil der MA*innen mit einbezogen
- Ein gutes Vorbild zu sein, ist der 1. Schritt ...

- Für die An- und Abreise zu Seminaren, Fortbildungen und Verbandstreffen wird darauf geachtet, Öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen.
- PKW-Firmenwagen nach ökologischen Aspekten ausgesucht: VW Golf, Diesel bluemotion, Verbrauch im Schnitt bei defensiver Fahrweise 4 - 4,5 Liter/100km
- Der Stundentakt der Bahn passt leider nicht zu unseren Arbeitszeiten (6 Stunden Schichten). Der Fußweg vom Bahnhof bis zum LaVida sind ca.10 Min. Der Transport von Wäsche, Einkauf, etc. ist somit sehr schwer. Von Raisting aus werden aufgrund der verschiedenen Arbeitszeiten seltener Fahrgemeinschaften gebildet. Zuanbindung ist somit also gegeben, aufgrund des Preises und der Praktikierbarkeit aber schwierig zu organisieren, deshalb kommen fast alle Mitarbeiter mit dem Auto.



Wir wollen das ökologische Verhalten unserer MA unterstützen:

Es werden Seminare zu alternativen Ernährungsweisen und auch zur Bewusstseinsbildung für ökologische bessere Alternativen angeboten.

Wir sind konsequent bei:

- Keine Plastiktüten, Pfandgläser für lose Ware sowie wiederverwendbare Gemüsenetze
- Vermeidung von Produkten mit sehr hohem Verpackungsanteil (z.B. Einzelportionsgrößen in der Verpackung nochmals eingepackt, wie Müsli oder Suppen)

- Noch gibt es to-Go Becher und Mittagstisch, wenn die vorhandenen Behälter aufgebraucht sind werden keine mehr nachgekauft
- Hausgemachter Mittagstisch für alle MA für 3,50€: 100% Bio / zu 90% Fleischlos
- 1€ / Kg Kiste - nice Price
- Mitarbeiterrabatt

Verbesserungspotenziale/Ziele: Betriebsräder, Fahrgemeinschaften, Bonussystem für nicht gefahrene km per PKW, Car Sharing.... Jeder soll für sich eine Aufstellung machen – was kann eingespart werden und was wird dazu benötigt? Wie kann der Betrieb dabei unterstützen? MA-Befragung

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Wir legen unseren Umsatz und Gewinn offen gegenüber unseren Mitarbeitern dar. In regelmäßige Team-Sitzungen (einmal im Monat) werden aktuelle Themen angesprochen und die Mitarbeiter in Entscheidungen einbezogen. Lösungsansätze werden mit dem Team gemeinsam erarbeitet.

Im Jahr 2017 liegt die alleinige Führungskraft bei mir, der Geschäftsinhaberin. Meine Tochter Dominique ist in einer Atypischen stillen Gesellschaft anteilig am Gewinn beteiligt, das soll sich aber in Absprache mit einer Rechtsberatung und auf Dominiques Wunsch im Jahr 2018 wieder in ein Angestelltenverhältnis abändern. Mit beiden Töchtern ist in 2018 eine Verantwortungsverschiebung in Teilbereichen angestrebt, und wir arbeiten gerne Hand in Hand.

Die Arbeitszeiten werden versucht aufs optimale für die Mitarbeiter und den Betrieb zu gestalten. Dabei helfen unser jährlich stattfindenden Mitarbeiter Gespräche, hier muss jeder eine Selbsteinschätzung und eigene Zukunftsvisionen abgeben.

Die Eigenverantwortlichkeit unserer Mitarbeiter wird gefördert. Bei Neueinstellungen/ Entlassungen wird immer die Meinung der Teamkollegen mit einbezogen. Unser Ziel ist es die Mitarbeiter in den einzelnen Arbeitsbereichen (Kasse, Theke, Bestellwesen, Obst-Gemüse) an selbständige und eigenverantwortliche Arbeitsweisen zu gewöhnen.

D1 Ethische Kundenbeziehung

Uns gibt es schon seit 50 Jahren in Utting, von daher haben wir einen großen Anteil an Stammkunden. Die wir sehr schätzen und die ihre guten Erfahrungen mit uns gerne auch an Neukunden weitergeben.

Wir sind innerhalb Utting schon 3-mal umgezogen und unsere Kunden waren jedes Mal maßgeblich daran beteiligt. Sei es bei der Gestaltung oder der Erweiterung des Sortiments oder bei der Bedarfsermittlung der neuen Öffnungszeiten. Es wurden gezielte Kundenbefragungen dazu durchgeführt, und so gerecht und bedarfsorientiert wie möglich umgesetzt. Durch die tolle Zusammenarbeit sind Beziehungen und Freundschaften entstanden die zu unserem Erfolg maßgeblich beitragen.

Weitere Werbemaßnahmen:

- In unseren regionalen Zeitschriften setzen wir regelmäßig Werbeanzeigen die auf Angebote und Veranstaltungen hinweisen.
- Auf unserer Homepage kann sich jeder Interessierte ausführlich über uns und unseren Laden informieren.
- Über Facebook werden aktuelle Themen sofort übermittelt.
z.B. Aktionen und Verkostungen, Brisante und aktuelle Themen aus der Bio Branche, Rezepte und Ideen zu saisonalem Obst und Gemüse
- zudem bekommt jeder Kunde der dies möchte, eine persönliche E-Mail zu Aktionen und Veranstaltungen im Laden.
- 1-mal monatlich verschicken wir online unseren Bio-Letter, mit ausgewählten aktuellen Themen aus der Bio Branche und Dingen die uns persönlich gerade am Herzen liegen.
- Wir veranstalten regelmäßig unseren „Genuss nach Ladenschluss“
Hier bieten wir z.B. ein 4 Gänge Menü mit dem dazu passenden Wein, Rezepttipps und ganz viel Hintergrundinformationen zu den verkosteten Produkten. Für 10 Euro Unkostenbeitrag bekommt man einen tollen Abend mit Wohlfühlfaktor.
Zudem gibt es noch 20% auf die vorgestellten Produkte.

Im Jahr 2017 haben wir **15219,83 Euro** für Werbung, Anzeigen, Verkostungen im Laden, und Kundengeschenke ausgegeben. Das waren **4,3%** unseren Gesamtausgaben.

Bei uns steht der Kunde mit seinen Bedürfnissen und seinen Wünschen im Vordergrund.

Wir versuchen nur Produkte zu verkaufen, hinter denen wir mit gutem Gewissen stehen können. Der Kunde kann sich leicht orientieren und sich in den jeweiligen Wohlfühlzonen, aufhalten so lange er will.

Das heißt für uns ein ständiges Abwägen des Firmennutzens und der Kundenwünsche, das kann auch bedeuten, dass wir den Kunden für etwas, das wir nicht führen möchten oder dürfen, zu einem unserer Mitbewerber verweisen.

Unsere Mitarbeiter unterstehen keinem Verkaufsdruck und werden nicht nach Umsatz bezahlt.

Wir beraten unsere Kunden nach bestem Gewissen und Wissen und unser Bestreben ist es, einen zufriedenen Kunden zu haben, der gerne wiederkommt, weil er sich wertgeschätzt fühlt in seinen Bedürfnissen.

- Unsere Kunden kommen bei uns mehrmals monatlich in den Genuss neue Produkte und Angebote zu probieren und diese zum Einführungspreis günstiger zu erwerben.
- Bei unseren „Echt Bio“ Aktionen die alle 2 Wochen wechseln gibt es unterschiedlichen Waren immer für 2 Wochen zum Angebotspreis.
- Familien und Vielverbraucher haben bei uns die Möglichkeit ganze Gebinde abzunehmen und erhalten darauf dann 10% Rabatt.
- Wir haben ein Rabattsystem für alle Kunden mit einer Kundenkarte, dort erhält jeder einen Rabatt von 1% auf alle Produkte (außer Frischeprodukte).
- Der Anteil der Kunden mit Kundenkarte liegt bei ca 75%.
- Seit ca. 4 Jahren haben wir unsere „Familienpreise“ eingeführt. Wir haben aus jeder Sparte ein gut laufendes Produkt ausgewählt und es dauerhaft günstig gemacht.
Somit wollen wir versuchen jedem die Möglichkeit zu geben, sich gesund und ausgeglichen zu Ernähren und zu Leben.

Unser gesamter Laden ist Barrierefrei und somit gut für Rollstuhlfahrer oder Kinderwägen zugänglich.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Die Biobranche zeichnet sich grundsätzlich durch ein Miteinander und eine freundschaftliche sich gegenseitig unterstützende Branche aus.

Wir arbeiten viel mit dem Biomarkt Haidl in Pöcking zusammen, machen beispielsweise Seminare oder Bestellungen von Kleinmengen zusammen.

Unterstützen uns, wenn es Not am Mann ist, auch mit Arbeitskräften oder helfen beim Einlernen wie zum Beispiel neuen Kassensystemen zusammen.

Unser Miteinander zeichnet sich auch dadurch aus, dass wir intensiv in Verbänden tätig sind.

Eigene Tätigkeiten:

- Kuratoriumsmitglied im BNN (Bundesverband-Naturkost, Naturwaren)
- Vorstand im NKS (Naturkost Süd- Einzelhändler Verband)
- BODAN-Beirat
- Bund der Selbstständigen
- verschiedenen Organisationen vor Ort

Wir unterstützen finanziell verschiedene Projekte die uns und unseren Kunden wichtig sind und verbreiten Informationen in Form von Flyern und Wissen das wir an unsere Kunden im Laden weitergeben.

Wichtig sind uns auch viele Zukunftsweisende Aktivitäten wie z.B. die Bruderhahn- Initiative und das Zweinutzungshuhn, Plant for the Planet, Bündnis für Enkeltaugliche Landwirtschaft (2018), Rebound, Compact, cange.org.

Auch hier wirken wir mit in Form von finanzieller Unterstützung oder auch mit den jeweiligen Produkten, die wir dem Kunden näherbringen.

Da wir im laufenden Geschäft, oftmals diese Dinge integrieren, kann man den Zeitaufwand für diese Kooperationen nicht wirklich beziffern.

Aber mindesten 1x pro Monat werden hierfür auch externe Treffen und Sitzungen besucht.

Alle Mitbewerber auch die Konventionellen im Umland werden nicht als direkte Konkurrenz empfunden, denn auch diese Mitbewerber haben ihre Berechtigung und ihren Platz am Markt.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Unsere Produkte stammen zu 100% aus kontrolliert biologischem Anbau, vorzugsweise von Verbandsbetrieben.

Somit wird schon im Anbau und der Produktion auf chemisch-synthetische Dünge- und Pflanzenschutzmittel verzichtet.

Wir achten bei der Auswahl auch auf Verbesserung der sozialen Standards, Artenvielfalt und Bodenfruchtbarkeit.

Wenn möglich kaufen wir unsere Ware aus der Region - das bedeutet kurze Wege = geringerer CO₂-Ausstoß.

Wir garantieren unseren Kunden 100% Bio in unserem Sortiment! Dafür werden alle 2 Jahre Sortimentskontrollen von ABCERT durchgeführt. Zusätzlich wird unser Bistro auch jedes Jahr von ABCERT zusätzlich kontrolliert und wir dürfen unseren Kunden mit einer eigenen Biokontrollnummer selbst hergestellten Speisen und Frischcremes anbieten.

Unsere La Vida-
EG-Betriebsnummer: D-BY-006-46633-B



Unsere Ladeneinrichtung besteht hauptsächlich aus gebrauchten und renovierten oder selbst gebautem Mobiliar.

Wenn etwas kaputt geht wird immer erst versucht es zu reparieren anstatt wegzuwerfen.

Wir versuchen Müll so gut es geht zu vermeiden oder zu minimieren. z.B. verwenden wir alte Faxen und dergleichen als Notizzettel.

Auch unseren Kunden wollen wir die Möglichkeit geben Verpackungen einzusparen:

- Lose Waren zum Selbstabfüllen in mitgebrachte Behälter
- Brotbeutel und Gemüsesäckchen zum Waschen und wieder befüllen
- Pfandgläser für Antipasti und Frischkäse
- Feste Seife und Shampoo ohne Umverpackung
- Waschmittel und Spülmittel zum wieder befüllen
- Olivenöl zum Selbstabfüllen
- Käse und Wurst direkt in Behälter von zu Hause einpacken
- Loser Tee und Gewürze

Hierrüber informieren wir unsere Kunden sowohl im täglichen Gespräch als auch in Kundenmails um aktiv ökologische Aspekte an unsere Kunden weiterzugeben.

Lebensmittel mit überschrittenem Mindesthaltbarkeitsdatum oder kurz davor, werden bei uns nicht weggeworfen, sondern günstiger verkauft, für unseren Mittagstisch verarbeitet oder an die Tafel gespendet.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Es werden immer wieder Kundenumfragen durchgeführt, auch bei ganz grundsätzlichen Fragen, z.B. als wir uns 2009 entschlossen haben das Geschäft zu vergrößern. (Wohin, wie groß, Sortiment, usw.)

Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen werden jährlich bei den Schrot & Korn Umfragen aufgenommen und in Entscheidungen einbezogen. (z.B. Kühltüren vor der MOPRO, mehr lose Ware, Nachhaltige Verhaltensweisen, usw.)

Wir sind dankbar für jeden gut gemeinten Hinweis und konstruktive Kritik.

In ecoinform und Data-NatuRe können Produktinformationen (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen) jederzeit abgerufen werden. Diese sind für unsere Kunden zu jederzeit öffentlich zugänglich oder können bei uns erfragt werden.

Das liegt in der Natur der Biobranche - Transparenz ist wichtig und unser Pluspunkt. Wir wollen Transparenz, wir können es uns leisten, wir wollen nichts verstecken oder verheimlichen.

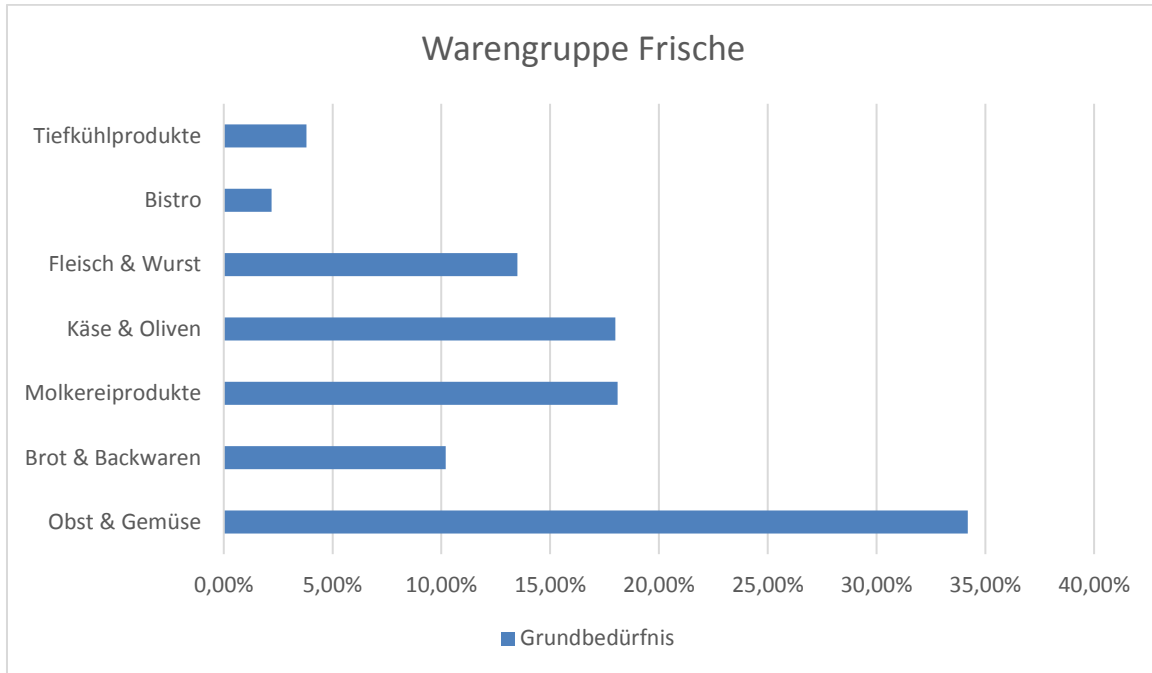
E1 - Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.

Unsere Produkte sind alle 100% Zertifiziert nach den BNN-Sortimentsrichtlinien

Hier aufgeteilt nach Warengruppen und Umsatzanteilen mit einer Einschätzung der Abdeckung der Bedürfnisse unserer Kunden:

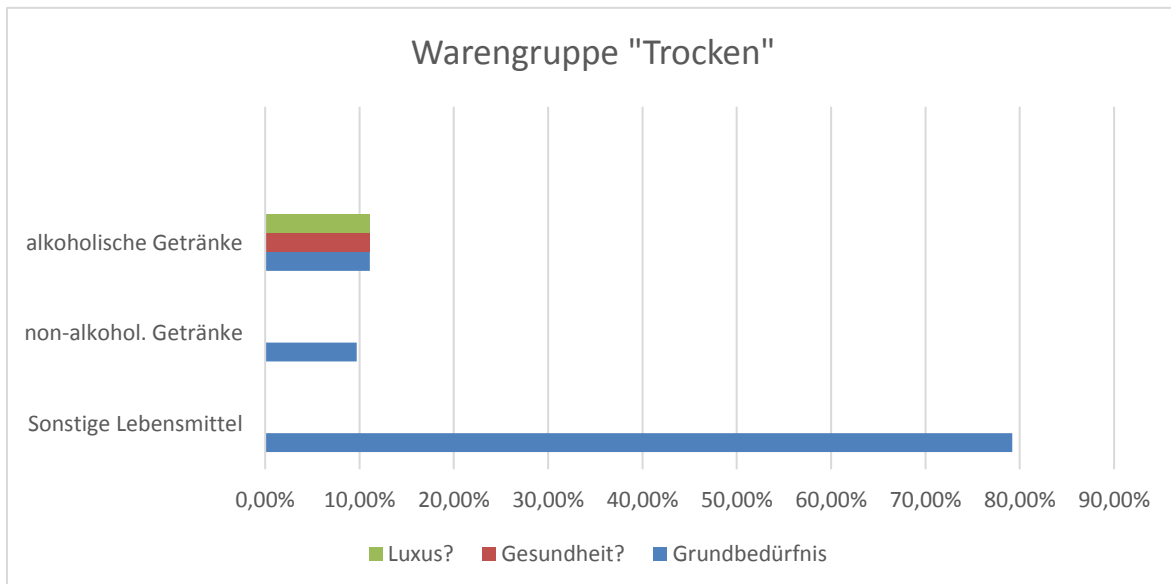
Warengruppe „Frische“ (100%):

Obst & Gemüse	34,2%	Grundbedürfnis
Brot & Backwaren	10,2%	Grundbedürfnis
Molkereiprodukte	18,1%	Grundbedürfnis
Käse & Oliven	18%	Grundbedürfnis
Fleisch & Wurst	13,5%	Grundbedürfnis, aber erhöhter Ressourcen-Einsatz
Bistro	2,2%	Grundbedürfnis
Tiefkühlprodukte	3,8%	Grundbedürfnis



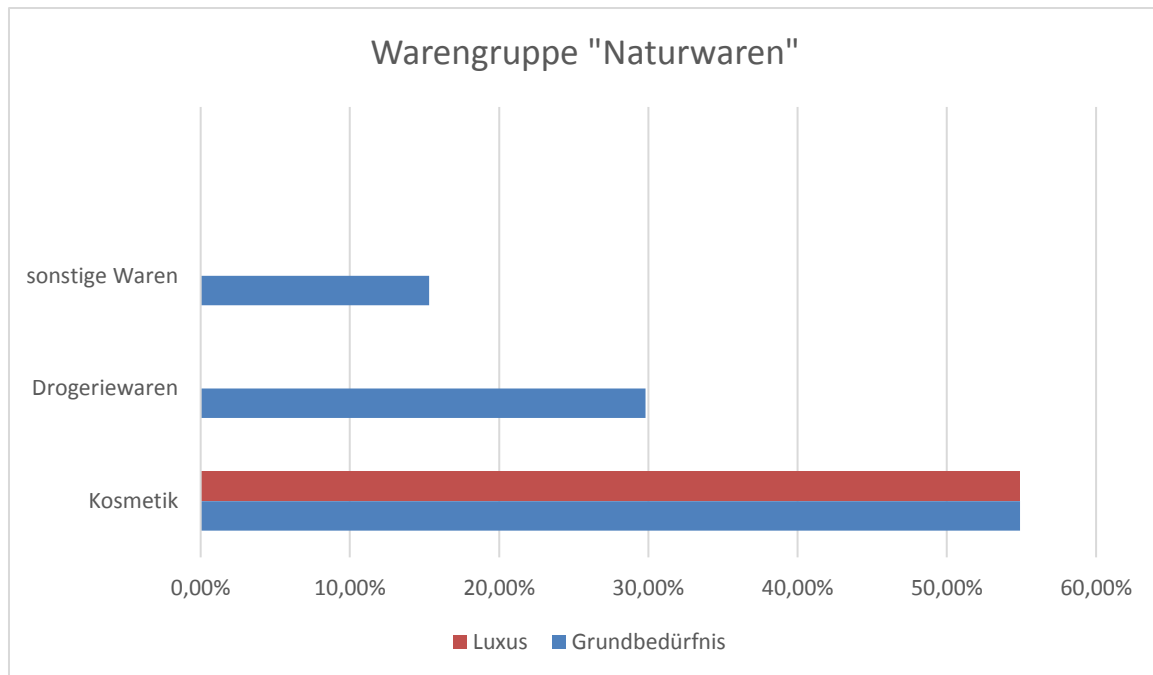
Warengruppe „Trocken“ (100%):

sonstige Lebensmittel	79,2%	Grundbedürfnis
non-alkohol. Getränke	9,7%	Grundbedürfnis
alkoholische Getränke	11,1%	Grundbedürfnis? Luxus? Gesundheit?



Warengruppe „Naturwaren“ (100%)

Kosmetik	55%	Grundbedürfnis, teilweise schon Luxus
Drogeriewaren	30%	Grundbedürfnis
sonstige Waren	15%	Grundbedürfnis



Aus der obigen Zusammenstellung ist erkennbar, dass unsere Produkte zu einem ganz wesentlichen Teil der Deckung der Grundbedürfnisse unserer Kunden mit gesunden Lebensmitteln, Hygiene- und Kosmetikartikeln dienen. Lediglich bei den alkoholischen Getränken, kann man bei Überdosierung auf einen negativen Einfluss auf die Gesundheit hinweisen, was aber ebenso natürlich für Zucker und Süßigkeiten gilt. Hier muss man sagen: Die Dosis macht das Gift.

Die angebotenen Produkte stammen aus ökologischem Anbau und sollen dementsprechend die Gesunderhaltung der Menschen fördern. Durch gezielte Beratung und Information unserer Kunden zu bestimmten Produkten, Produktionsweisen oder ökologischen Aspekten, wollen wir auch ein kleines Stück zur persönlichen Entwicklung interessierter Kunden beitragen.

Wir versuchen gezielt nur Produkte mit positiven sozialen (z.B. FairTrade oder kleinbäuerliche Genossenschaften), ökologischen (alle Produkte zu 100% bio-zertifiziert) und gesundheitlichen Aspekten anzubieten. Nach Möglichkeit wollen wir durch unser Handeln eher kleinere Familienbetriebe fördern als multinationale Konzerne zu unterstützen (z.B. Auslistung von Produkten der L'Oreal-Gruppe).

Der Handel mit ökologisch erzeugten Produkten dient dem Erhalt der Bodengesundheit, der Artenvielfalt in Flora und Fauna, dem Ressourcenschutz und einem fairen Umgang miteinander innerhalb der Lieferketten vom Landwirt über Verarbeiter und Großhändler bis zu uns selbst.

Dies bedeutet für uns eine vielleicht kleine, aber positive gesellschaftliche Wirkung. Einen wirklichen Negativ-Nutzen unserer Produkte konnten wir nicht feststellen. Lediglich der Gebrauch von vielen Plastikverpackungen auch bei uns fällt negativ auf. Hier versuchen wir uns aktiv um umweltverträglichere Lösungen zu bemühen, wie z.B. unser Pfandglas-System an der Theke oder ein neues, plastikfreies Käsepapier.

E 2 - Beitrag zum Gemeinwesen

Verpflichtende Indikatoren (2017):

Durch die Zahlung von Steuern und Sozialabgaben leisten wir einen fairen und angemessenen Beitrag zum Gemeinwesen entsprechend der Wertschöpfung in unserer Region.

- Umsatz: 1202655,-€ Gewerbesteuer: 3428,-€
- Effektiv bezahlte Ertragssteuern: Einkommenssteuer/Körperschaftssteuer: 6000,-€
- Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber:
- Sylvia: KV 9000,-€ Leben 2000,-€ Zusatzrente 2000,-€
- Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbständig Beschäftigten:
 - Steuern Minijob: 680,-€
 - soziale Aufwendungen: 44960,-€
 - freiwillige soziale Aufwendungen: 760,-€
 - Altersvorsorge: 388,-€

Freiwilliges gesellschaftliches Engagement des Unternehmens:

Wir unterstützen finanziell verschiedene Projekte die uns und unseren Kunden wichtig sind und verbreiten Informationen in Form von Flyern und Wissen das wir an unsere Kunden im Laden weitergeben.

Spenden an:		
Reabound- Mädchen in Afrika	2017	1.000,00 €
Syrien Hilfe	2017	50,00 €
Compakt e.V.	2017	120,00 €
Sudbury Schule	2017	75,00 €
Johanniter	2017	60,00 €
EOS Erlebnispädagogik	2017	50,00 €
Wikimedia	2017	20,00 €
ökologische Tierzucht	2017	230,00 €
Bürgervermögen Viel	2017	1808,00€
Gesamt	2017	3.413,00 €

Wir unterstützen als Unternehmen freiwillig zivilgesellschaftliche Initiativen, die unserer Philosophie entsprechend arbeiten. Durch die Organisation BürgerVermögenViel werden Projekte wie Samenfeste Sorten, Montessorischule Inning, TransitionTown, BioRegionalWIR und viele andere unterstützt. Zudem spenden wir Geld an die BruderhahnInitiative und unterstützen die Tafel in Diessen.

Wir versuchen immer über Facebook, regionale Zeitschriften, auf unserer Internetseite usw. für uns und unsere Umwelt wichtige Themen anzusprechen und versuchen dadurch ein klein wenig diese Welt zu verbessern. Wir laden auch ein zu Lesungen und Vorträgen zu diesen Themen.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Beim Umbau und in der Entstehungsphase 2011 wurde sehr genau auf ökologische Baustoffe geachtet. Unser Hausmeister Griagl hat bringt dafür jahrelange Erfahrung mit und da er als Bauleiter und Hauptakteur beim Umbau beteiligt war, konnten wir sogar unseren Vermieter überzeugen, den Boden aus robusten Fliesen zu gestalten und nicht die üblichen, billigeren Industrieböden aus PVC zu verlegen. Der Eindruck war so bleibend, dass er diese Fliesen sogar in seinem eigenen Firmen- Neubau verbaute.

Bei unserer Ladeneinrichtung wurden die Regale aus dem bisherigen Ladengeschäft mit integriert und beim Kauf neuer Geräte und Regale größtenteils gebrauchtes Mobiliar eingesetzt.

1. Regalgondel Mittig
2. MOPRO und Fleischschrank
3. TK-Schrank
4. Sitz -und Stehkasse
5. Käsetheke
6. Brottheke
7. Oliventheke

Bei Neuanschaffungen wurde der ökologische, regionale und soziale Aspekt immer mitbetrachtet.

- Regalsystem IWL – Behindertenwerkstätten LL: Kosmetikbereich, Gewürze, Kartoffelregal
- Weinregal vom örtlichen Schreiner aus Raisting

Unser Verbrauchskosten werden über unseren Vermieter abgerechnet:

Wir werden ab Februar 2016 mit 100% Ökostrom beliefert.			
• Lieferant	• Jahresverbrauch	• im Jahr	
• Kristal energie	• 45885 kWh	• 2013	
• Switch	• 53202 kWh	• 2014	
	• 53872 kWh	• 2015	• Türen vor Mopro
• polarstrom	• 44546 kWh	• 2016	
	• 49425 kWh	• 2017	
	• 55351 kWh	• 2018	• sehr heißer Sommer

Jahre	2018	2017	2016	2015	2014	2013
kg CO2 Ausstoß Stom	29170	26047	23485	28391	28037	24181
CO2 Ausstoß Stom pro MA gerechnet mit 8 MA	3646	3256	2936	3549	3505	3023

Da wir mit noch ca.10 Parteien über eine Externe Firma abgerechnet werden,
Haben wir leider keinen Einfluss auf die verwendeten Heizmaterialien.
In Unserem Fall Heizöl .

Heizkosten	2015	2016	2017	2018
€	1.355,20 €	1.333,51 €	1255,17€	
Wasser	2015	2016	2017	2018
€	936,27 €	856,19 €	829,57	

Ziele: Genauere Analyse der CO2 Umweltkonten

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Mit diesem ersten Bericht wollen wir eine möglichst große Transparenz schaffen, zu unseren Werten und Möglichkeiten.

Anlage: Testat BODAN: <https://balance.ecogood.org/gwoe-berichte/handel/bodan/2015-testat-bodan.pdf/view>

Testat Ökoring: <https://balance.ecogood.org/gwoe-berichte/handel/oekoring>

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Wir wollen gleich weitermachen und das Jahr 2018 bilanzieren.

Lieferanten-Befragung ausarbeiten und einfügen.

MA-Befragung ausarbeiten und einfügen

Langfristige Ziele

Bewusstsein schaffen – fortlaufende Auseinandersetzung mit den Umweltthemen,

MA-Miteinbeziehen

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz:

Der Bericht wurde größtenteils von mir (Sylvia Haslauer) erstellt mit Hilfe meiner Töchter Anna und Dominique, sowie zwei Mitarbeiterinnen: Ramona und Nine

Der Zeitaufwand: ca.200 Stunden

Utting, den 12.05.2019