Gemeinwohlökonomie Bericht 2017 / 2018

Gemüsekiste

Hartmann & Röricke OHG

Gegründet 2001

Firmensitz: 30966 Hemmingen, Hauptstraße 72

Geschäftsführer Sven Hartmann und Matthias Röricke

Lieferservice für Bioprodukte

Website: www.gemuesekiste.com

Die Gemüsekiste beschäftigt 88 Mitarbeiter*innen. Hiervon sind 64 Mitarbeiter*innen in Teilzeit beschäftigt.

Sitz und Produktionsbereich der Gemüsekiste ist Hemmingen-Hiddestorf / Region Hannover.

Der Jahresumsatz betrug

2017 5,3 Mio.

2018 5,8 Mio.

Die Gemüsekiste ist ein regionaler Lieferservice ökologischer Produkte für Privathaushalte, Schulen, Kindergärten, Behörden und Firmen. Alle Produkte sind Bio zertifiziert, viele davon in Bioland-Qualität, dessen Verband wir angehören.

Wir verstehen uns als Vermarktungsgesellschaft regionaler Produzenten, die genauso wie die Gemüsekiste, Biopioniere der ersten Stunde sind. Daher sind uns die meisten unserer Zulieferer persönlich bekannt. Unsere Firmenphilosophie, seit der Gründung vor mehr als 15 Jahren ist es, unseren Kunden gesunde nachhaltig angebaute und produzierte Lebensmittel zur Verfügung zu stellen. Die Förderung regionaler, ökologisch wirtschaftender landwirtschaftlicher Betriebe, ist eines unserer wichtigsten Anliegen. Wir freuen uns, einen Teil zur Schonung der Ressourcen auf unserer Erde und die damit verbundene Diskussion um nachhaltige Entwicklungen mit getragen zu haben. Dies möchten wir auch weiterhin tun.

Mit Menschen der gleichen Lebenseinstellung zu arbeiten, die den Gedanken des ökologischen Lebens und den guten Umgang mit Menschen und der Natur als selbstverständlich betrachten, ist eine Bereicherung und gehört zur Unternehmenskultur.

Wir möchten als fairer Handelspartner gegenüber Kunden und Zulieferern und als verlässlicher Unternehmer und Arbeitgeber in der Region wahrgenommen werden.

Die Gemüsekiste vertreibt Obst und Gemüse, Backwaren, Eier, Molkereiprodukte, Käse, Wurst und Fleischwaren, Getränke, Nährmittel und Drogeriewaren.

Die Anteile der Warengruppen am Umsatz in 2017/2018 verteilen sich folgendermaßen:

Produkt	Prozent. Anteil am Umsatz in 2017/ 2018
Obst und Gemüse	ca. 67 %
Molkereiprodukte, Käse, Wurst und Fleisch	ca. 12 %
Backwaren	ca. 9 %
Trockenwaren wie Müsli und Nährmittel	ca. 5 %
Eier und Kartoffeln	ca. 4 %
Getränke	ca. 4 %

Die Auslieferung erfolgte mit unseren Fahrzeugen, im regionalen Umfeld, die maximale Entfernung betrug 50 km. Im Jahr 2017/2018 belieferten wir wöchentlich im Schnitt 3.100 Kunden und legten dabei weniger als 1,4 km pro Anlieferung zurück.

Dies ist unsere erste Erfahrung mit einer Gemeinwohlbilanz und wir freuen uns darauf unser Unternehmen einmal aus diesem Blickwinkel betrachten zu können. Der Kontakt erfolgte eher durch Zufall in einem Gespräch mit einem der Initiatoren der GWÖ. Wir waren angetan von der Idee, Wirtschaften an sich einmal aus einem anderen Blickwinkel zu prüfen.

Verantwortlich für dieses Projekt ist:

Matthias Röniche

Geschäftsführer der Gemüsekiste Hartmann & Röniche OHG

roenicke@gemuesekiste.com

A 1 Menschenwürde in der Zulieferungskette.

Die Gemüsekiste versteht sich als partnerschaftliche Vermarktungsgesellschaft für regionale Produzenten. Unsere Waren beziehen wir ausschließlich von Lieferanten innerhalb Deutschlands. Unsere 10 Hauptlieferanten befinden sich in einem Umkreis von 100 Kilometern.

Da alle Lieferanten den Geschäftsführern der Gemüsekiste persönlich bekannt sind, pflegen wir eine vertrauensvolle partnerschaftliche Handelsbeziehung, die von Transparenz, Klarheit, Vertrauen und Zuverlässigkeit geprägt ist.

Die Lieferanten der Gemüsekiste:

1. Der Bio -Großhändler Weiling ist ein Familienunternehmen und wurde 1975 gegründet. Die Firma Weiling führt über 12.000 Bioprodukte. Weiling ist zertifiziert durch GfRS, Bioland; Demeter und Naturland. Leitmotiv der Firma: Weiling möchte, dass alle gemeinsam erfolgreich sind.
2. Der Bio- Großhändler für Obst und Gemüse Appenweier Frische ist zertifiziert durch ECOCERT. Die meisten Zulieferer der Firma Appenweier Frische sind Familienunternehmen, die seit Generationen mit der Landwirtschaft verbunden sind.
3. Der regionale Bio- Großhändler Kornkraft; ist ein Familienunternehmen und wurde 1981 gegründet. Zertifiziert durch Bioland, Demeter und EU- Bio. Kornkraft tritt für die Stärkung des nachhaltigen und ökologischen Wachstums in der Region ein.
4. Die Gärtnerei Rothenfeld ist seit 1996 Biolandbetrieb. Die Gärtnerei arbeitet mit festangestellten Gärtnern, saisonale Arbeitskräfte sind die Ausnahme.
5. Der Kampfelder Hof ist ein Familienunternehmen und seit 1992 Biolandbetrieb. Der Hof betreibt Landwirtschaft, eine Gärtnerei und einen Hofladen mit Bäckerei. Die Bäckerei ist unter anderem Mitglied im BIOFAIR Verein, der der Förderung heimischer Lebensmittel dient. Der Kampfelder Hof ist Ausbildungsbetrieb.
6. Die Gärtnerei Kiebitz ist Biolandbetrieb seit 1990. Die Gärtnerei beschäftigt 23 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hinzu kommen 6 saisonale Erntehelfer. Die Gärtnerei Kiebitz ist Ausbildungsbetrieb.
7. Der regionale Bio- Großhändler Naturkost Kontor Bremen wurde 1991 gegründet. Er ist zertifiziert durch BNN Monitoring. Die Hauptzulieferer der Firma sind Landwirte der Region. Diese fungieren auch als Gesellschafter des Großhandelsunternehmens.
8. Der Kudammhof Geflügelwirtschaft ist seit 1996 Biolandbetrieb. Er ist zertifiziert durch ABCERT, Bioland und DE Öko. Gemäß den Biolandvorgaben hat das Geflügel ganzjährig eine Auslauffläche im Freien. Männliche Küken werden mit aufgezogen und nicht wie sonst üblich getötet. Sie werden als Bruderhähnchen zum Verkauf angeboten. Der Kudammhof ist ein außerschulischer Lernort.
9. Der Obsthof Gebhardt ist Biolandbetrieb seit 1993.
10. Der Obsthof Schaeper betreibt seit 1980 ökologischen Obstanbau. Er ist zertifiziert durch Bioland und EU- Bio. Dieser Obsthof steht für traditionelle Anbauweise, die viel Leidenschaft und Zeit beansprucht.

Von den unter Punkt 1 bis 10 genannten Produzenten/Lieferanten erhielten wir über 96 % unserer gehandelten Ware. Die diversen Zertifikate wurden jährlich, wie auch die der Gemüsekiste, überprüft und neu vergeben.

Anteil der gehandelten Ware, differenziert nach Zulieferern:

Zulieferer	2017	2018
Weiling	33 %	33 %
Appenweier Frische	14 %	17 %
Kornkraft	17 %	12 %
Kampfelder Hof	11 %	11 %
Rothenfeld	7 %	7 %
Gärtnerei Kiebitz	5 %	5 %
Naturkost Kontor Bremen	0 %	4 %
Kudammhof Geflügelwirtschaft	3 %	3 %
Obsthof Gebhard	3 %	2 %
Obsthof Schaeper	0 %	1 %

Wir gehen davon aus, dass unsere Partner nach den Bio-Grundprinzipien des nachhaltigen, schonenden und fairen Umgangs mit den uns gegebenen Ressourcen handeln.

A 1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Lieferkette

Wir gehen davon aus, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette nicht verletzt wurde. Sollte sich in der Zukunft daran etwas ändern, werden wir auf unsere Partner einwirken, eine Lösung zu finden. Sollte dies nicht möglich sein, werden wir einen anderen Geschäftspartner suchen.

A 2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Da die Gemüsekiste ein Handelsunternehmen ist, wurden 100% der Produkte zugekauft.

Produkt	Prozent. Anteil am Umsatz in 2017/ 2018
Obst und Gemüse	ca. 67 %
Molkereiprodukte, Käse, Wurst und Fleisch	ca. 12 %
Backwaren	ca. 9 %
Trockenwaren wie Müsli und Nährmittel	ca. 5 %
Eier und Kartoffeln	ca. 4 %
Getränke	ca. 4 %

Alle Produkte waren Bio zertifiziert, viele davon zusätzlich mit einem Fair Trade Label versehen.

Die über die Jahre gewachsenen Beziehungen zu unseren Partnern und deren Lebenseinstellung gegenüber den Menschen und der Natur, geben uns ein gutes Gefühl zur Einschätzung der Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette.

Partner wie der Großhändler Weiling oder der Produzent Rapunzel vertreiben u.a. Produkte mit eigenem Label für faire Produktion und Handel.

Die Firma Weiling vermarktete unter dem Label ‚BIOLADEN FAIR' Produkte, welche in der Dominikanischen Republik, in Ecuador und Burkina Faso unter fairen Bedingungen hergestellt wurden, und dazu beitragen haben die Lebens- und Lernbedingungen der Menschen dort zu verbessern. Diese Produkte, und die Produkte der Firma Rapunzel, mit dem Eigenlabel HAND IN HAND, sind in unserem Sortiment zu finden.

Die HAND IN HAND Produkte der Firma Rapunzel bestehen mindestens zu 50 % aus Produkten ihrer HAND IN HAND Partner.

Die HAND IN HAND Kriterien orientieren sich an den Arbeitsnormen der ILO sowie am SA 8000 Standard der SAI und den Leitlinien für Soziale Gerechtigkeit der IFOM.

Diese beinhalten im Kern:

1. Produkte in Bio-Qualität
2. Faire Preise für Produzenten
3. Faire Löhne für Mitarbeiter*innen
4. Menschenwürdige und sichere Arbeitsbedingungen
5. Verwendung der Prämien für öko-soziale Gemeinschaftsprojekte der Bauern und Arbeiter
6. Keine Kinder- und Zwangsarbeit
7. Rückverfolgbarkeit des Warenflusses
8. Transparenz der Geschäftstätigkeit.

So entstand zum Beispiel in Tansania die Hekima Girl`s Secondary School, mittlerweile eine der angesehensten Bildungseinrichtung des Landes. Die Abschlussquoten sind hervorragend und berechtigen viele der dort ausgebildeten Frauen zum Besuch einer High School. Neben der klassischen Ausbildung wird auch ökologischer Landbau vermittelt. Dieses Wissen wird von den Frauen mit in ihre Dörfer genommen und dort weitergegeben. Davon profitierten ganze Regionen.

Die ‚BIOLADEN FAIR' Produkte der Firma Weiling unterliegen den gleichen Kriterien wie die HAND IN HAND Produkte der Firma Rapunzel, arbeiten aber mit einem Prämiensystem.

Aus den Prämien entstand zum Beispiel in der Dominikanischen Republik/ Finca Girasol ein Kindergarten für 50 Kinder und eine Grundschule mit drei Schulklassen, und in Burkina Faso wurde die Gründung der Frauenkooperative WOUOL zur Verarbeitung und Trocknung der hiesigen Mangos unterstützt.

Wir bezogen unsere Bananen über den Großhändler Weiling von dem Produzenten Horizontes Organicos.

Horizontes Organicos arbeitet mit 7 Kleinbauern vor Ort zusammen, diese werden von der Fair Trade-Organisation FLO/Max Havelaar akkreditiert. Ein Teil dieser Produktion wird mit dem "Fair Trade / Max Havelaar"-Label in den Handel gebracht, und so mit einem Prämienzuschlag für soziale Projekte bedacht.

Das Unternehmen ermöglicht über 100 Mitarbeitern ein regelmäßiges Einkommen über dem landesüblichen Niveau. Die Produzenten erhalten Preise mit einem Bio-Zuschlag von 20 % auf den konventionellen Preisen und wenn notwendig günstige Darlehn. Der regelmäßige Geldfluss in die lokale Wirtschaft bewirkt eine bedeutende Verbesserung der Lebensbedingungen der Bevölkerung. Ein Teil der erwirtschafteten Gewinne wird für soziale Zwecke, zur Verbesserung der Lebensverhältnisse der lokalen Bevölkerung verwendet. Hierzu zählt vor allen Dingen die Förderung von Schulen und Kindergärten. Die Arbeiter erhalten ein festes regelmäßiges Einkommen.

Eines unserer wichtigsten Produkte die Banane, mit einem Verkaufsanteil, von ca. 9 % aus dem Obst und Gemüsebereich, stammte ausschließlich aus Fairem Handel von dem oben beschriebenen Zulieferer Horizontes Organicos aus der Dom. Republik.

Zwar nicht mit einem Fair Trade Label versehen, aber aus unserer Sicht auch unter Solidarität und Gerechtigkeit zu erwähnen, sind die Anbauabsprachen mit den regionalen Bioland zertifizierten Gärtnereien.

Jedes Jahr im Herbst besprechen Sven Hartmann (Geschäftsführer der Gemüsekiste) und die Inhaber der Obst und Gemüse anbauenden Gärtnereien, welche Obst- und Gemüsesorten angebaut werden und zu welchen Zeitpunkten an uns geliefert werden kann. Die Gemüsekiste garantiert den Produzenten die Abnahme zu einem Preis, der die tatsächlichen Produktionskosten berücksichtigt und nicht nur rein marktorientiert ist. Dies bringt Planungssicherheit für unsere Partner und, da regionale Ware in großen Mengen nicht immer selbstverständlich verfügbar ist, Sicherheit für uns. So findet keine Überproduktion statt, die dann unter Wert verkauft werden muss, und die Gemüsekiste weiß um die Verfügbarkeit der Ware. Von diesen Absprachen über Anbau- und Abnahmemengen partizipieren die Produzenten und die Gemüsekiste gleichermaßen. Die regionalen Gärtnereien Rothenfeld in Hannover- Isernhagen, Kiebitz in Sehnde und der Kampfelder Hof in Hemmingen-Hiddesdorf, sind seit den Gründungsjahren der Gemüsekiste an unserer Seite. Anbauabsprachen werden per Handschlag besiegelt. Wie die Anbau- und Abnahme absprachen zustande kommen werden wir in A 4 ausführen.

Die Lieferantenrechnungen wurden binnen fünf Tagen von der Gemüsekiste bezahlt und nicht auf „Abarbeitung“ gelegt. Als partnerschaftlicher Vermarktungsverbund unterstützen wir uns gegenseitig, auch in Form von Kreditvergaben.

A 2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Nach unserem Wissen wurde bei allen eingekauften Produkten auf Solidarität und Gerechtigkeit geachtet. Sollte wider Erwarten, uns andere Informationen erreichen, wird die Gemüsekiste daraus Konsequenten ziehen.

A 3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Unsere ökologische Ware ist gentechnikfrei und nachhaltig angebaut. Sie ist zum größten Teil regional, und hat somit kurze Lieferwege. Die Ware wurde zu 80 % in Pfandsystemen angeliefert. Somit verblieb ein Anteil von nur 20% an Verpackungen zur Verwertung.

Je nach Jahreszeit variierte der Anteil des eingekauften Obstes und Gemüses, welches außerhalb Deutschlands angebaut wurde. Im Winter hatten wir naturgemäß mehr importiertes Obst im Angebot. Im Sommer überwog regionales Obst und Gemüse.

Unseren Strom ist zu 100% aus alternativen Energien, zusätzlich betreiben wir eine Photovolteikanlage.

Betriebsmittel kauften wir bei Deutschland ansässigen Firmen. Beispielweise wurden Verpackungsmaterialien bei der Firma Schäfer in Hannover Garbsen und Flurfördermittel bei der Firma Mengel in Hannover Garbsen eingekauft.

Putz- und Reinigungsmittel bezog die Gemüsekiste von den Firmen SODASAN und SONETT, deren Mittel umweltschonend und biologisch abbaubar sind.

Büromaterialien und Druckerpapier kaufen wir bei „Memo". Memo bewertet seine Produkte auf Nachhaltigkeit und Sozialverträglichkeit.

Da die Gemüsekiste nur ökologische Produkte vertreibt, fällt es schwer eine Aussage bezüglich des Anteils von Produkten mit einem ökologisch höherwertigen Anteil zu machen. Aus unserer Sicht gibt es momentan keine ökologisch höherwertigen Produkte.

Als zukünftige Ziele streben wir an, den Anteil an regionalen Produkten weiter auszubauen, und die Zulieferkette unserer Zulieferer von Betriebsmittel zu hinterfragen.

Für 2019 ist ein interner Leitfaden hinsichtlich der Fairness und der Nachhaltigkeit zum Einkauf von Betriebsmitteln in Arbeit.

A 3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Wir hoffen, durch unsere Prinzipien des Einkaufens, kurze Lieferwege und nachhaltige Produkte, alles bisher Mögliche getan zu haben um die Umweltbelastungen so niedrig wie möglich zu halten, und in Zukunft noch besser zu werden.

A 4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Hier möchten wir auf die Anbau und Abnahmeabsprachen mit den regionalen Gärtnereien zurückkommen. Jährlich zum Spätherbst besprechen Sven Hartmann (Geschäftsführer der Gemüsekiste; gelernter Landwirt) und die Inhaber der Gärtnereien Rothenfeld, Kiebitz und der Kampfelder Hof, die Anbau- und Abnahmemengen für das nächste Jahr. Hierbei werden die größeren Mengen an Ware und wann sie voraussichtlich geliefert werden können, festgehalten. Dies erfolgt sehr detailliert und wird bis auf das Auslieferungsdatum im Folgejahr berechnet. Natürlich kann es zu Ernteverschiebungen auf Grund von Witterungsbedingungen oder anderen Natureinflüssen kommen. Um diese Schwankungen aufzufangen finden wöchentliche Gespräche statt. Vertrauen und Flexibilität sind bei dieser Form von Handel wichtige Voraussetzung.

Gemeinsam werden die Kosten besprochen. Die Gemüsekiste garantiert unseren regionalen Partnern faire Preise, die den Marktpreis und die Produktionskosten betrachten. So entsteht ein fairer Preis, der dem Warenwert entspricht und Preisspitzen nach oben sowie nach unten abfedert. Die regionalen Gärtnereien begleiten uns über 15 Jahren. Diese Absprachen werden nicht schriftlich sondern per Handschlag bekundet.

Wir und unsere Großhändler Weiling und Appenweier Frische besuchen regelmäßig unsere Zulieferer in Europa, um uns persönlich über die Arbeits- und Produktionsbedingungen vor Ort zu informieren. So waren wir in den Jahren 2016 bis 2018 zu Besuch bei verschiedenen Produktionsbetrieben in Spanien und Italien. Wir können nur positives von den dortigen Produzenten und deren Einstellung zu ihren Produkten berichten.

B 1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Die Bank der Gemüsekiste ist die Volks- und Raiffeisenbank Springe. Sie ist genossenschaftlich und regional organisiert und ist die älteste und größte deutsche Bank im landwirtschaftlichen Sektor.

Die Gesellschafter der Gemüsekiste, Sven Hartmann und Matthias Röricke, haben sich bewusst für die betriebliche Gesellschaftsform der OHG entschieden, somit sind Sie mit ihrem gesamten Vermögen haftbar. Dies signalisiert Zuverlässigkeit, Offenheit und Vertrauen an alle Mitstreiter innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Die Gemüsekiste ist in der Region als Arbeitgeber geschätzt, so wurden im Berichtszeitraum neun Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingestellt.

Der Eigenkapitalanteil beträgt 30 %.

Aus Fremdfinanzierung wurden folgende umweltrelevanten Projekte in der Gemüsekiste umgesetzt:

Erweiterung der Photovoltaikanlage	12.400 EUR
Erweiterung des Lieferfahrzeugpools	50.000 EUR
Umstellung auf LED Beleuchtung im gesamten Unternehmen	25.000 EUR
Ausbau der Kühlanlagen mit Frequenztechnik	30.000 EUO
Gesamt	**117.400 EUR**

B 2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Die Gemüsekiste hat den Anspruch fair erwirtschaftete Kapitalerträge vorweisen zu können. Sie sollten die Betriebskosten, die Gehälter der Beschäftigten decken und Kredite bedienen können. Überschüsse könnten dann zu Neuinvestitionen genutzt werden.

Die Überschüsse aus Geschäftstätigkeit in 2017/ 2018 betrugen ca. 300.000 Euro (wobei in einer OHG aus dieser Summe die Gehälter der Geschäftsführer und alle Investitionen/Rücklagen bestritten werden müssen!)

B 2 Negativaspekt: unfaire Verteilung der Geldmittel

Zum jetzigen Zeitpunkt und nach unserem Kenntnisstand ist die Verteilung der Geldmittel fair erfolgt.

B 3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

An sozialökologischen Investitionen hat die Gemüsekiste folgende Projekte angestoßen:

1. Umrüstung auf LED-Beleuchtung. Somit konnte der Strombedarf um 25 % reduziert werden. Dies entsprach einer CO_2 Reduktion von 5.000 kg. Die Haltbarkeit einer LED-Leuchte beträgt 50.000 Std., die einer zuvor genutzten Neonleuchte 20.000 Std.
2. Ausweitung des Pfandsystems, durch den Austausch von Einwegkartons hin zu Pfandkisten.
3. Frequenzsteuerung der kompletten Kühlanlagen, Energieeinsparung und niedriger Verschleiß.
4. Nutzung von Refill-Kartuschen. Wir drucken unsere Flyer selbst.

An ökologisch zukunftsrelevanten Ausgaben in 2019/ 2020 sind geplant:

1. Der Bau einer neuen Lagerhalle mit neuester Kühltechnik. Dies beinhaltet eine weitere Reduktion des Stromverbrauchs und somit der CO^2 Emissionen. Umweltfreundliche Kühlmittel.
2. Die Anschaffung einer Haubenspülmaschine zum Reinigen der Pfandkisten. Bisher erfolgt die Reinigung im Lohnauftrag. CO^2 Emissionen durch die Abholung und die Anlieferung der Kisten mit einer Spedition fallen nicht mehr an.
3. Die Umstellung auf nachhaltige Verpackungen. Errechnete Kosten: +37.000 Euro jährlich. Kunststoffe werden durch kompostierbare Verpackungen (100% Altpapier)ersetzt.

Investitionsplan für 2019/ 2020

Investitionsplan in ökologischen Sanierungsbedarf	ca. 30.000 EUR

B 3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.

Verbesserungsbedarf sehen wie vor allen Dingen in der heute noch bestehenden Abhängigkeit von Diesel für unsere Auslieferfahrzeuge. Eine Umstellung hin zu umweltfreundlicheren Liefermethoden ist in Planung.

B 4 Eigentum und Mitentscheidung

Alleinige Eigentümer der Gemüsekiste sind Sven Hartmann & Matthias Röniche. Ihnen obliegen alle Rechte, Pflichten und Haftungen. Eine zukünftige Änderung der Eigentümerstruktur ist nicht geplant.

Unternehmer	100%
Führungskräfte	0%
Kund*innen	0%
Lieferant*innen	0%
Weiteres Umfeld	0%
Nicht mittätige Kapital- Investor*innen	0%

Bei wirtschaftlichen Entscheidungen werden die Wünsche der Kund*innen, Lieferant*innen und Mitarbeiter*innen mit berücksichtigt. Kunden können ihre Meinung über E Mail oder Telefonate, der Kundenbetreuung mitteilen. Mitarbeiter*innen haben die Möglichkeit bei regelmäßig stattfindenden Besprechungen ihre Wünsche zu diskutieren.

B 4 Feindliche Übernahme

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine feindliche Übernahme erfolgt ist.

C 1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Die Unternehmenskultur der Gemüsekiste basiert auf gegenseitigem Vertrauen und Respekt innerhalb der gesamten Belegschaft und das unabhängig von einzelnen Hierarchieebenen und Abteilungen.

Menschenwürdige Arbeitsbedingungen beginnen mit gesundheitserhaltenden Arbeitsplätzen.

So wurde in der Gemüsekiste seit 2014 kontinuierlich eine Gefährdungsbeurteilung durchgeführt. Dabei werden alle Arbeitsbereiche nach gesundheitsgefährdenden Bedingungen beurteilt und Maßnahmen zum Gesundheitsschutz und der Gesundheitsförderung der Beschäftigten festgestellt und umgesetzt. So wurden im Jahre 2017/2018 mehrere Arbeitsplätze besser ausgestattet.

Die Bandarbeitsplätze wurden ergonomischer gestaltet, indem Hebe-und Tragehilfen, Fußmatten, 100 Hz Monitore und höhenverstellbare Monitor- und Tastaturhalterungen angeschafft wurden.

Nach 1,5 Std. Bandarbeit kann eine 10 minütige bezahlte Pause eingelegt werden.

Die Pausenregelung ist eine mündliche Absprache zwischen Geschäftsführung und Mitarbeiter*innen. Arbeitsunterbrechungen bei Fließbandarbeitsplätze sind sonst nur in der Großindustrie üblich und Inhalt eines Manteltarifvertrages.

Um das Handling im Warenlager zu erleichtern und das manuelle Heben von Lasten zu reduzieren, wurden 3 neue Hubwagen, ein elektrischer Hubwagen und eine elektrische Ameise angeschafft. Hinzu kamen mehrere kleinere Transportmittel wie zum Beispiel Rollwagen.

Allen Kolleginnen und Kollegen wurde Arbeitskleidung und persönliche Schutzausrüstung, wie Sicherheitsschuhe, zur Verfügung gestellt.

Eine Mitgliedschaft in einem Sportverein oder einem Fitness-Studio wurde mit einem monatlichen Zuschuss von 10 Euro gefördert. Dies galt auch für Massagen, sofern diese keine Krankenkassenleistungen waren. Dieses Angebot nahmen 30 % der Beschäftigten in Anspruch.

Es gibt eine freiwillige betriebliche Regelung zur Entlohnung von Sonn- und Feiertagen. Sie beinhaltet 125 % Sonn- und Feiertagszuschlag plus geleistete Stunden, zusätzlich zum Feiertagsverdienst. Sonn- und Feiertagsregelungen dieser Art finden sich sonst nur in Manteltarifverträgen anderer Branchen wieder.

Die Gemüsekiste beschäftigt gute und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Diese entstammen vielen Nationalitäten. Sie haben unterschiedliche Weltanschauungen, Religionen und Privatleben. Die in der Gemüsekiste arbeitenden Beschäftigten schätzen und achten den Menschen als Kollegin oder Kollegen. Die Unterschiedlichkeit der Mentalitäten wird als Bereicherung erfahren. „Man traut sich zu fragen". Menschen mit nicht so offenen Ansichten würden sich in der Gemüsekiste nicht wohl fühlen.

Rassismus, Fremden- und Frauenfeindlichkeit werden nicht toleriert und von der Geschäftsführung geahndet.

Für den Berichtszeitraum konnten folgende Daten ermittelt werden:

	2017	2018
Fortbildungsquote	10 %	13%
Krankenquote	6,5 %	5%
Anzahl und Ausmaß Betriebsunfälle	3 (Verstauchungen und Prellungen)	3 (Verstauchungen und Prellungen)
In Anspruch genommene Maßnahmen für Gesundheit	Keine Angaben	Keine Angaben
Beschäftigte nach Geschlecht	40 Frauen und 41 Männer	43 Frauen und 45 Männer
Demographische Verteilung		Jüngste Mitarbeiter*in 16 Jahre; älteste Mitarbeiter*in 79 Jahre
Teilzeitquote	14 %	12,5 %
Mitarbeiter*innen in Elternzeit	1	2

Zukünftige Ziele:

Wir werden einer Leitlinie der Gemüsekiste zum Thema ‚Gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus am Arbeitsplatz' erstellen.

Wir streben an, die Anzahl der Betriebsunfälle und die Erkrankungen, bedingt durch Überanstrengung des Muskel- Skelettsystems, mit Hilfe von Präventivmaßnahmen zu reduzieren. Hierzu wird uns ein Betriebsarzt begleiten.

C 1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Zum jetzigen Zeitpunkt können wir bestätigen kontinuierlich alles Notwendige in die Wege gelweitet zu haben, um menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu schaffen. Sollten Missstände auftreten, werden wir diese beheben.

C 2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die Arbeitsverträge sind auf Langfristigkeit ausgelegt. In der Regel erfolgt nach einem Jahr Befristung eine Übernahme in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis. Dies gibt Planungssicherheit für den Beschäftigten und den Betrieb.

Das Entgelt lag in den unteren Lohnbereichen mindestens 30 % über dem gesetzlichen Mindestlohn und war nach Tätigkeiten und Verantwortung im Betrieb gestaffelt. Die wöchentliche Arbeitszeit betrug 37,5 Stunden; die Pausen wurden bezahlt. Der Jahresurlaub betrug grundsätzlich 5 Wochen im 1. Jahr und 6 Wochen ab dem 2. Jahr der Betriebszugehörigkeit.

Es gibt in der Gemüsekiste zwei Varianten der Entlohnung. Ein monatliches Festgehalt oder den Stundenlohn.

In den administrativen Bereichen der Gemüsekiste können die Arbeitszeiten individuell, in Absprache mit dem direkten Kollegen, abgesprochen werden. In der Produktion, der Warenauslieferung und der Kundenbetreuung sind die Möglichkeiten der individuellen Gestaltung der Arbeitszeiten nicht hoch. Die Arbeitszeiten sind an die Produktionszeiten bzw. an die Auslieferzeiten gekoppelt.

Die Erfassung der Arbeitszeit erfolgt per Selbsterfassung an Hand eines Stundenzettels, auf dem Arbeitsstunden und Überstunden erfasst werden. Wie in jedem Unternehmen unserer Branche fallen Überstunden in den Saisonzeiten, hauptsächlich im Vorfeld der Feiertage, an. Diese Überstunden können wahlweise abgefeiert oder ausbezahlt werden.

Auf Wünsche der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurde jederzeit eingegangen, diese wurden dann möglichst realisiert.

Eckdaten zum Verdienst in der Gemüsekiste:

Höchst- und Mindestverdienst	70% bis 150%
Medianverdienst Deutschland	1.588 Euro/ Single
Lebenswürdiger Verdienst in der Region	Keine Angaben
Wochenarbeitszeit	37,5 Stunden
Geleistete Überstunden im Monat	Keine Angaben

Im Berichtszeitraum 2017/ 2018 gab es für alle Beschäftigten sieben Sonderzahlungen, in der Größenordnung von 300 EUR bis 450 EUR.

Wir nehmen uns generell vor 2019 die Überstunden zu reduzieren, und wenn es die Geschäftslage zulässt, die Löhne und Gehälter zu erhöhen.

C 2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die Gemüsekiste kann bestätigen, dass die Mitarbeiter*innen nicht aufgrund ungerechter Ausgestaltung der Arbeitsverträge ausgebeutet und überbelastet wurden. Ein sicheres Einkommen für die die Beschäftigten wird immer angestrebt.

C 3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Zur Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter werden aus dem Sortiment der Gemüsekiste Obst und Gemüse, Brötchen und Getränke täglich kostenlos zur Verfügung gestellt. Dieses Angebot wird von 80 % der Mitarbeiter*innen genutzt. Alle Beschäftigten erhalten 20 % Rabatt auf ihren Einkauf aus unserem Warensortiment. 60 % der Mitarbeiter nutzen dieses Angebot.

Der Sitz der Gemüsekiste liegt sehr ländlich, ca. 25 Kilometer südlich von Hannover. Die Verkehrsanbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist schwierig, daher finden nur ca. 50 % der Beschäftigten den Weg zur Arbeit zu Fuß, mit dem Rad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Die Bildung von Fahrgemeinschaften wurde gefördert, hierzu wurden unter anderem auch Dienstautos genutzt.

In der Gemüsekiste wurde der Abfall konsequent getrennt. Dadurch hatten wir in 2017/2018 eine Recyclingquote von 98 %.

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	100%
Anreise mit dem Rad, Bus oder Bahn	50%
Nutzung des ökologischen Betriebsangebots	80%

Für 2019 ist in Planung:

Die Einführung eines Jobradangebots und die Umsetzung eines Gesundheitsmanagement Konzepts, in dem sich auch das Thema gesunde Ernährung wiederfindet.

C 3 Negativ Aspekt: Anleitung zur Verschwendung/ Duldung unökologischen Verhaltens.

Wir können bestätigen weder Verschwendung noch unökologisches Verhalten zu dulden. Die Beschäftigten der Gemüsekiste sind in diesem Themenbereich sehr sensibel. Verbesserungsvorschläge werden seitens der Firmenleitung gerne entgegengenommen und wenn möglich sofort umgesetzt.

C 4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Aufgrund des Firmenmodells einer OHG und in Ermangelung eines Betriebsrats wurden alle Entscheidungen von den beiden Gesellschaftern alleine getroffen. Von Seiten der Beschäftigten der Gemüsekiste wurde kein Betriebsrat gewählt. Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch von Seiten der Mitarbeiter*innen ist aber von der Geschäftsführung ausdrücklich erwünscht und wird gefördert.

Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten	0 %
Anteil der Führungskräfte die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden	0 %
Anteil der Entscheidungen die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden	50 %

Ziel für 2019 ist es mehr Information und Transparenz über wirtschaftliche und operative Entscheidungen zu kommunizieren.

C 4 Negativaspekt: Verhinderung eines Betriebsrats

Die Geschäftsleitung der Gemüsekiste hatte keinerlei Bestrebungen, eine Betriebsratswahl zu unterbinden, es gab aber auch keine Bestrebungen der Beschäftigten einen Betriebsrat zu gründen.

D 1 Ethische Kund*innen Beziehung

Das Ansprechen neuer Kund*innen basiert in der Gemüsekiste auf zwei Säulen. Einerseits durch die Öffentlichkeitsarbeit der Marketingabteilung, andererseits durch die Werbung der Kunden für unsere Produkte. Als weiteres benutzen wir die klassischen Werbemöglichkeiten wie Anzeigen und Werbeflyer in Briefkästen.

Unser Kundenstamm setzte sich in 2017/2018 wie folgt zusammen. Aufgrund täglicher Veränderungen können wir hier nur Zirka Zahlen nennen.

	2017	2018
Stammkunden	4000	4400
Neukunden	1100	1250
Fluktuation	750	800

Die Fluktuation innerhalb unseres Kundenstammes ist branchenüblich.

Einigen Kund*innen kommt die Bestellung über unsere Website nicht entgegen. Hierzu gehören älter Menschen oder einfach Menschen die nicht im Internet einkaufen möchten. Diese Kunden können uns gerne über unsere Kundenbetreuung telefonisch erreichen. Die netten Kolleginnen der Kundenbetreuung nehmen nicht nur Bestellungen auf, sie beraten und beantworten Fragen zu unseren Produkten. Die Mitarbeiterinnen der Kundenbetreuung werden regelmäßig intern und extern geschult. Die Servicezeiten sind Montag bis Freitag 8.30 - 17.00 Uhr und Samstag von 9.00 - 12.00 Uhr. Dies entspricht einer Ansprechzeit von 45,5 Stunden die Woche. Die Mitarbeiter*innen der Kundenbetreuung arbeiten in Teilschicht.

Sollte einmal Ware unseren Kunden nicht ganz einwandfrei erreichen, wird seit jeher eine Gutschrift über 100% ausgestellt.

Die Marketing-Abteilung der Gemüsekiste bestand aus vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, deren Aufgaben sich in folgende Bereiche gliedern lassen:

1. Die Betreuung von Schulen, welche am Schulobstprogramm teilnehmen.
2. Die Betreuung der Firmenkunden.
3. Die Organisation und Präsenz diverser Veranstaltungen vor Ort, wie zum Beispiel bei den Gesundheitstagen der Firmen, den Ständen im öffentlichen Bereich wie z.B. „Autofreier Sonntag“ in Hannover, dem Umweltforum oder Präsentationen bei Sport- oder Schulveranstaltungen.
4. Die Präsenz der Gemüsekiste in den sozialen Medien wie z.B. Instagram.
5. Das Erstellen von Anzeigen in regionalen Zeitungen.

Die Pflege unseres Onlineportals, genauso wie die Erstellung unserer wöchentlichen und monatlichen Flyer, liegt in der Hand der Marketingabteilung. Dort werden nicht nur Angebote und die dazugehörigen Rezepte, sondern wichtige Themen zum ökologischen Leben publiziert.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Marketingabteilung und der Kundenbetreuung haben keine Verkaufsvorgaben, sie arbeiten provisionsfrei. Sie erhalten ein Festgehalt. Die regelmäßigen Fortbildungen werden von der Firma Weiling durchgeführt.

Viele unserer Neukunden wurden durch Stammkunden angesprochen, die mit unserem Service zufrieden waren. Jede Kundenwerbung wurde mit einem „Dankeschön" in Form eines Einkaufsgutscheins in Höhe von 15 Euro oder eines Präsents honoriert.

Daten aus 2018 zur Marketingabteilung

	2017	2018
Budget	25.000 EUR	35.000 EUR
Bezahlung der Verkaufsmitarbeiter*Innen	100% Festgehalt; keine Umsatz abhängigen Bestandteile	100% Festgehalt; keine Umsatz abhängigen Bestandteile
Interne Umsatzvorgaben	nein	nein
Umsatzanteil des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen gekauft wurde.	100% da Lebensmittel	100% da Lebensmittel

D 1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass weder unethische Werbe-noch unethische Verkaufsmaßnahmen durchgeführt werden.

D 2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Der Verband Bioland organisiert jährlich Treffen der Abokisten Lieferanten, vornehmlich für die Bundesländer Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen. Auf diesen Treffen findet ein reger Austausch statt.

Die Betriebe, die mit gleichen Produktionsverfahren arbeiten, unterstützen sich gegenseitig indem (bei Bedarf), gegenseitige Treffen vor Ort organisiert werden. Es wird ein sehr offener Austausch gepflegt, der nicht von Konkurrenzdenken geprägt ist.

Gerne nehmen wir Produkte von regionalen Startup Unternehmen mit in unserer Produktpalette auf, um ihnen eine Möglichkeit zum Vertrieb ihres neuen Produktes zu bieten. Ein Beispiel hierfür ist:

Hey Ho! Müsli. Eine Müslirösterei aus Lüneburg. In der HEYHO!- Rösterei finden Menschen einen Platz, die keine Chancen haben, eine Anstellung im ersten Arbeitsmarkt zu finden.

Wir sind Mitglied im **Wirtschaftsnetzwerk Pro Hannover Region.** Neben dem Netzwerkgedanken engagiert sich die Gemüsekiste bei PHR in der Arbeitsgruppe „Die Gesundheitsmanager" Dort treffen sich unterschiedliche Akteure, die sich mit ‚Betrieblichem Gesundheitsmanagement' und ‚Betrieblicher Gesundheitsförderung` beschäftigen (BGM/BGF) In diesem Kreis bringt sich die Gemüsekiste mit dem Thema „Gesunde Ernährung am Arbeitsplatz" ein und bedient Anfragen von Firmen, die BGM/BGF-Maßnahmen in ihrem Unternehmen einführen wollen. Zeitaufwand: ca. 10 Arbeitsstunden/ wöchentlich.

Als weiteres beraten wir **Schulen und gemeinnützige Einrichtungen** in Ernährungsfragen.

Die Beschäftigten der Gemüsekiste werden **nicht** an andere Unternehmen ausgeliehen.

Ressourcenaufwand für in Kooperation hergestellte Produkte	0%
Kooperationsaufwand mit anderen Unternehmern der gleichen Zielgruppe	< 5%
Mitarbeit bei ökologisch sozialen, Iniativen	< 10%
Vergabe von Mitarbeiter*innen an andere Branche	0 %

D 2 Negativbericht: Missbrauch der Marktmacht gegenüber anderen.

Wir können bestätigen, dass wir in keinerlei Form Mitunternehmen diskreditieren oder schädigen.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Unsere Produkte, ökologisch hergestellte Lebensmittel, regional eingekauft, stehen für eine sehr gute Ökobilanz. Der Mindestbestellwert einer Abokiste liegt mit 15 Euro sehr niedrig, sodass unsere Kunden auch nur die von Ihnen benötigte Menge an Lebensmittel bestellen können und theoretisch keine zu entsorgenden Reste entstehen. Die Beratung hierzu erfolgt durch unsere Mitarbeiter*innen der Kundenbetreuung.

Mit unserem Verpackungskonzept, basierend auf einem Pfandsystem und der Vermeidung von unnötiger Verpackung, erreichten wir in 2017/2018 eine Recyclingquote von 98%. Die Kosten hierfür betrugen in 2017 und 2018 jeweils ca.5.700 € bei einer jährlichen Wareneinfuhr von ca. 1850 Tonnen.

Den größten Teil, der nicht mehr in den Verkauf zu bringenden Lebensmittel, wurde von unseren Partnern, den **regionalen Tafeln,** an Menschen mit geringem Einkommen verteilt. So konnten wir das sinnlose Wegwerfen guter Lebensmittel verhindern und diese einem guten Zweck zuführen.

Wir denken daher, dass wir effizient und suffizient mit unseren Produkten umgegangen sind und dies unseren Kund*innen vermitteln konnten.

In Planung für 2019 ist die plastikfreie Gemüsekiste. Das noch notwendige Verpackungsmaterial sollte aus kompostierbarem, möglichst 100 % Altpapier bestehen. Auch in diesen Fragen stehen wir in intensivem Kontakt mit unseren Kundinnen und Kunden.

D 3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keine Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt. Es wird keine Werbung hinsichtlich übermäßigem Konsums gegenüber unseren Kund*innen forciert.

D 4 Kund*innen- Mitwirkung und Produkttransparenz

Der Anspruch unserer Kunden an ökologischem, ressourcenschonendem Handling ist naturgemäß sehr hoch. Würden wir dieses ignorieren, wäre das Ergebnis sehr schnell an Hand der Bestellungen und der eingegangenen Beschwerden zu registrieren.

Die Wünsche unserer Kund*innen zu realisieren, sofern sie ökologisch vertretbar sind, ist unsere Geschäftsgrundlage und daher sehr wichtig.

Als Beispiel möchten wir die Entwicklung unseres Verpackungskonzepts für 2019 darstellen. Angeregt durch den Wunsch unserer Kund*innen werden wir keinerlei Plastik, auch kein sogenanntes Bioplastik verwenden. Die Obst und Gemüsekisten werden plastikfrei sein.

Die Herkunft, der Erzeuger, die jeweilige Bio-Zertifizierung, die Allergene und die Inhaltsstoffe unserer Lebensmittel sind allen frei zugänglich. Sie können auf unserer Website zu jedem einzelnen Produkt eingesehen oder aber per Telefon abgefragt werden.

Für unsere Putz- und Reinigungsmittel werden zusätzlich auf Anfrage, die dazugehörigen Sicherheitsdatenblätter zur Verfügung gestellt.

Produkt- und Dienstleistungs-Innovationen die durch Kunden entstanden sind	ca. 20 %
Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen	100 %
Anteil an Produkten und Dienstleistungen mit veröffentlichen Preisanteilen	0 %

D 4 Negativaspekt: keine Ausweisung von Gefahrstoffen

Die Gemüsekiste kann bestätigen, dass die Transparenz über die Inhaltsstoffe und die Gefahren, welche durch unsere Produkte entstehen könnten jederzeit gegeben ist.

Uns sind keine gravierenden, negativen Auswirkungen unserer Produkte auf die Menschen und die Umwelt bekannt. Sollte sich gegenteiliges erweisen, werden wir reagieren und diese Produkte aus unserem Sortiment nehmen.

E 1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Ökologische Lebensmittel sind gesund, frei von Schadstoffen und gut für die Umwelt. Sie dienen der Entwicklung hin zu einer nachhaltigen Gesellschaft, die die Grundbedürfnisse der Menschen deckt. Sie helfen der Menschheit ihren Lebensraum zu bewahren und diesen nachhaltig weiter zu entwickeln. Ökologisch produzierte Produkte können mithelfen, gesellschaftliche und ökologische Probleme der Weltbevölkerung zu lösen. Daher glauben wir, dass unsere Produkte keine sogenannten Luxusprodukte sind und durch weniger ressourcenschädlichere ersetzt werden können.

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes im Berichtszeitraum:

Deckung der Grundbedürfnisse	99,5 %
Statussymbol	0,5 %
Dient der Entwicklung der Menschen	100 %
Dient der Erde/ Biosphäre	100 %
Löst gesellschaftlich/ökologische Probleme laut den UN Entwicklungszielen	70 %
Nutzen der Produkte	99,5 %
Pseudo- Nutzen	0,5 %
Negativnutzen	0 %

Im Berichtszeitraum wurde der Anteil der regionalen Produkte weiter erhöht.

E 1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Wir können bestätigen, dass in unserem Unternehmen keine menschenunwürdigen Produkte und Dienstleistungen verkauft werden.

E 2 Beitrag zum Gemeinwesen

Die Förderung des Gemeinwesens, vorrangig in der Region, ist ein wichtiger Baustein zum Gemeinwohl aller.

Daher leistete die Gemüsekiste in 2017/2018 einen direkten materiellen Beitrag für das Gemeinwesen in Form von:

Ertragsteuer	ca. 4 % vom Umsatz
Lohnabhängige Abgaben	ca. 8 % vom Umsatz
Sozialversicherungsbeiträge	ca. 10 % vom Umsatz

Gesellschaftliches Engagement ist, genauso wie ehrenamtliche Tätigkeiten, ein wichtiger Faktor um das Miteinander zu fördern und unsere Gesellschaft humaner zu gestalten.

Hier zu können wir aus dem Berichtszeitraum folgende Zahlen nennen:

	2017	2018
Freiwilliges gesellschaftliches Engagement	10.000 EUR	18.000 EUR
Subventionen oder Förderungen	0 EURO	

Als Beispiele des gesellschaftlichen Engagements sind hier zu nennen:

1. Die Gemüsekiste ist Gründungsmitglied der Heuhüpfer e. V., ein außerschulischer Lernort für Schulklassen und Kindergärten. Die Kinder lernen auf dem Bauernhof alles über den Anbau, die Verarbeitung und die Wertschätzung guter Lebensmittel. Unterstützung 2017/ 2018: ca. 2.000 Euro.
2. Die Gemüsekiste ist Gründungs- und Vorstandsmitglied der BIO Brotbox.
   Die BIO Brotbox -Hannover überreicht Erstklässlern am Tag der Einschulung eine Frühstücksdose mit einem Pausen Snack aus ökologischem Anbau.
   Unterstützung 2017/ 2018: 7.500 Euro
3. Kindergärten und gemeinnützige Vereine bekommen auf ihre Bestellung 10 % Rabatt.
   Die Rabattsumme in 2017/2018 betrug ca. 10.000 Euro.
4. Die Zusammenarbeit mit dem Diakoverde Annastift. Menschen mit schweren körperlichen oder seelischen Behinderungen bekommen in der Gemüsekiste die Möglichkeit zur Teilhabe am Arbeitsleben, in Form von stundenweisem Einsatz vor Ort.
   In 2017/ 2018 waren dies 3 Stunden wöchentlich für 1 bis 2 Personen.
5. Die Gemüsekiste arbeitet mit drei „Tafeln" der Region zusammen. Gespendete Lebensmittel werden abgeholt und an Bedürftige verteilt.

Die Nettoabgabenquote der Gemüsekiste betrug in 2017/2018= 22 %.

Laut der Steuerprüfung sind alle Abgaben entrichtet worden.

E 2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine korruptionsfördernden Praktiken und kein Lobbying betrieben wurden.

E 3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Die ökologischen Auswirkungen der Gemüsekiste sehen folgendermaßen aus:

	2017	2018
Benzin	275.576 KWh	286.228 KWh
Strom	58.950 KWh mit PV Anlage	68.374 KWh PV Anlage defekt
Gas	148.611 KWh	146.053 KWh
Trinkwasser	349 m³	347 m³
Papier	39,6 Tonnen	40 Tonnen
Kunststoffe	7,8 Tonnen	7,8 Tonnen
Gesamt Co_2	42,97 Tonnen	42,62 Tonnen

Wir werden auch zukünftig an unserem ökologischen Fußabdruck arbeiten und sehen in diesen Handlungsfeldern weiteren Bedarf:

1. Die Reduktion der Kunststoffverpackungen.
2. Die Reduktion des Benzinverbrauchs durch die Umsetzung alternativer Auslieferungskonzepte.
3. Der weitere Ausbau der Photovoltaikanlage.
4. Hin zum papierlosen Büro
5. Ansprache unsere Kunden, die Angebote per Newsletter zu beziehen.

E 3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es gegen keine Umweltauflagen verstößt und die Umwelt nicht unnötig belastet.

E 4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Wir kommunizierten alle relevanten Themen der Gemüsekiste (die Produkte, die Veränderungen im Betrieb und die allgemeinen Entwicklungen in der Biobranche und in der Nachhaltigkeitsdebatte) über analoge Kundeninfos, digitale Newsletter und auf unserer Homepage. Diese Veröffentlichungen sind allen zugänglich und jeder/jede hat die Möglichkeit darauf zu reagieren und uns Wünsche/Kritik oder Anregungen mitzuteilen.

Wir freuen uns über jeden Zeitungsartikel, der über uns und unser Wirken veröffentlicht wurde. So wurden wir im Berichtszeitraum fünf mal in der Hannoverschen Allgemeinen mit einem Artikel bedacht.

Als weiteres sind wir Mitglied im ÖKOPROFIT Club. ÖKOPROFIT wird von der Stadt und der Region Hannover organisiertes und ist ein europaweit anerkanntes Programm für alle Betriebsarten und Betriebsgrößen. Ökoprofit berät Unternehmen um Kosten zu senken und dabei die Umwelt zu schonen. ÖKOPROFIT verlieh uns für den Berichtszeitraum eine Teilnahmeurkunde.

In 2019 werden wir die 10 jährige Mitgliedschaft bei Ökprofit vorstellen können.

Dies ist unser erster Gemeinwohl Ökonomie Bericht, und somit wir können wir leider nur auf die wohlwollende Berichterstattung der Medien verweisen.

Bei der Erstellung unseres Folgeberichts würden wir gerne z.B. unsere Kund*innen, unsere Lieferant*innen und andere Gruppen mit einbeziehen, um ein besseres Bild, von der Wahrnehmung unseres Unternehmens in der Öffentlichkeit, zu bekommen.

Zum Schluss möchten wir noch eine Anmerkung machen.

Die Idee zu diesem Gemeinwohlbericht, einmal Faktoren einer Firma aufzulisten, die in keiner Firmenbilanz zu finden sind, aber unser gesellschaftliches Miteinander stärken, hat uns sehr gereizt.

Durch diese intensive Beschäftigung mit den Werten der Gemeinwohlökonomie hat uns aufgezeigt, dass wir in vielen Bereichen auf dem richtigen Weg sind, aber auch, dass es noch Potential gibt, unseren Betrieb diesbezüglich weiter zu entwickeln. Dieses sehen wir als Ansporn und als Anregung für die Zukunft, dass die Implementierung einer Gemeinwohlökonomie bei der Gemüsekiste aber auch in der Gesellschaft einen dauerhaften, kontinuierlichen Prozess erfordert. Dieser Anforderung möchten wir uns zukünftig stellen und dabei mitwirken, dass dies zu einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess bei der Gemüsekiste und in der Gesellschaft führt.

Bei der Erstellung dieses Gemeinwohlökonomie Berichts waren folgende Gemüsekistler beteiligt:

Matthias Röniche (Geschäftsführung); Sven Hartmann (Geschäftsführung)

Michaela Röniche (Marketing); Anna-Maria Vassiliadis