

LEITBILD BIOLAND-HERSTELLER

Beschluss der Frühjahrs-BDV 2018

1. Prinzip

Teil der ökologischen Wertschöpfungskette

Der Bioland-Hersteller ist ein Verarbeiter-Hersteller, der sich als Teil der Wertschöpfungskette sieht. Er fühlt sich damit gemeinsam mit den Bioland-Landwirten und dem Handel der Entwicklung der Zukunftsfähigkeit der ökologischen Lebensmittelwirtschaft verpflichtet und prägt diese entscheidend mit.

Schlagworte:

- Verarbeiter-Hersteller ist Teil der Wertschöpfungskette
- Verpflichtung zur Entwicklung der ökologischen Lebensmittelwirtschaft
- Gemeinsam mit den Bioland-Landwirten und dem Handel

2. Prinzip

Ökologische Wirtschaftsweise

Der Bioland-Hersteller verfolgt das Ziel nach den Prinzipien der ökologischen Wirtschaftsweise zu handeln. Für Hersteller, die aus technischen, logistischen oder ökonomischen Gründen teilumgestellt sind, muss es ein Teil der strategischen Unternehmensentwicklung sein, schrittweise den Anteil an Bioland bzw. Bio-Rohstoffen zu erhöhen.

Schlagworte:

- Prinzipien der ökologischen Wirtschaftsweise
- Wachsender Bioland-Anteil ist Bestandteil der strategischen Unternehmensentwicklung

3. Prinzip

Gesellschaftliche Verantwortung

Der Bioland-Hersteller sieht sich als „Unternehmer“, der Verantwortung für seine Mitarbeiter, seine Lieferanten, Kunden und gegenüber der Gesellschaft übernimmt. Dies dokumentiert er durch faire und langfristige Partnerschaften mit diesen drei Interessensgruppen, die über Verträge gesichert sind.

Schlagworte:

- Unternehmer, der Verantwortung für seine Mitarbeiter, seine Lieferanten, Kunden und gegenüber der Gesellschaft übernimmt
- Faire und langfristige Partnerschaften
- Gesichert über Verträge

4. Prinzip

Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie

Der Bioland-Hersteller verfolgt eine über sein nachhaltiges Kerngeschäft hinausgehende integrierte und ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie. Diese findet sich im Unternehmensleitbild, der Unternehmensstrategie und in der betrieblichen Organisation wieder. Sämtliche Betriebsprozesse werden systematisch in Richtung Energieeffizienz, Klima- und Ressourcenneutralität sowie einer auf das Gemeinwohl ausgerichteten Betriebswirtschaft als Ausdruck der sozialen Nachhaltigkeit weiterentwickelt. Ökonomischer Erfolg ist für Bioland-Hersteller die Grundlage um in eine wachsende gemeinwohlorientierte Wirtschaft zu investieren.

Schlagworte:

- Integrierte, ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie
- Verankert im Unternehmensleitbild, der Unternehmensstrategie und der betrieblichen Organisation
- Energieeffizienz, Klima- und Ressourcenneutralität, Gemeinwohlorientierung
- Wirtschaftlicher Erfolg als Grundlage für weitere Investitionen in eine gemeinwohlorientierte Wirtschaft

5. Prinzip

Regionale Entwicklung

Wesentliches Element der Nachhaltigkeitsstrategie eines Bioland-Herstellers ist die tendenzielle Regionalisierung seiner ökonomischen Aktivitäten. Dies bezieht sich insbesondere auf den Rohstoffeinkauf und das Bemühen um regionale wirtschaftliche und soziale Entwicklung durch Berücksichtigung bzw. Präferenzierung regionaler Stakeholder (Lieferanten, Dienstleister, Mitarbeiter).

Schlagworte:

- Regionalisierung der ökonomischen Aktivitäten, insbesondere im Rohstoffeinkauf
- Regionale wirtschaftliche und soziale Entwicklung durch Präferenzierung regionaler Stakeholder

6. Prinzip

Transparenz

Der Bioland-Hersteller ist sowohl für seine Lieferanten als auch für seine Kunden ein transparenter Partner. Diese Transparenz umfasst die eingesetzten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und die Verarbeitungstechnologie bis hin zur Verpackung und die Transportwege des fertigen Produkts. Die Qualität der Verarbeitung und schlussendlich die Qualität des fertigen Produkts haben oberste Priorität. Dies verpflichtet den Bioland-Hersteller zu einem stetigen Bemühen nach einer Weiterentwicklung seiner Prozesse im Sinne eines guten Lebensmittels. Die Produktion erfolgt also nachhaltig umweltschonend.

Schlagworte:

- Transparenter Partner für Lieferanten und Kunden bei Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen, Verarbeitungstechnologie, Verpackung und Transportwege
- Qualität des verarbeiteten Produkts hat oberste Priorität
- Produktion erfolgt nachhaltig umweltschonend

7. Prinzip

Botschafter

Der Bioland-Hersteller fördert explizit die heimische ökologische Bioland-Landwirtschaft und fungiert als Vermittler zwischen Bioland-Landwirt und Verbraucher über seine Produkte unter seiner Marke. Er sieht es als seine Aufgabe an, den Verbrauchern ein Verständnis für ökologische und gesunde Lebensmittel zu vermitteln. Dieses Verständnis ist die Basis für eine qualitätsorientierte Lebensmittelproduktion.

Schlagworte:

- Explizite Förderung der heimischen Bioland-Landwirtschaft
- Vermittler zwischen Bioland-Landwirten, dem Handel und den Verbrauchern
- Vermittlung eines Verständnisses für ökologische und gesunde Lebensmittel an die Verbraucher

LEITBILD BIOLAND-HÄNDLER

Beschluss der Herbst-BDV 2018

1. Prinzip

Teil der ökologischen Wertschöpfungskette

Der Bioland-Händler ist ein Händler, der sich als Teil der ökologischen Wertschöpfungskette sieht. Er fühlt sich damit gemeinsam mit den Bioland-Landwirten und den Bioland-Herstellern der Entwicklung der Zukunftsfähigkeit der ökologischen Lebensmittelwirtschaft verpflichtet und prägt diese entscheidend mit.

Schlagworte:

- Händler ist Teil der Wertschöpfungskette
- Verpflichtung zur Entwicklung der ökologischen Lebensmittelwirtschaft
- Gemeinsam mit den Bioland-Landwirten und den Bioland-Herstellern

2. Prinzip

Ökologische Wirtschaftsweise

Der Bioland-Händler verfolgt das Ziel, nach den Prinzipien der ökologischen Wirtschaftsweise zu handeln. Für Händler, die aus technischen, logistischen oder ökonomischen Gründen teilumgestellt sind, muss es ein Teil der strategischen Unternehmensentwicklung sein, schrittweise den Anteil an Bioland- / Bio-Rohstoffen zu erhöhen.

Schlagworte:

- Prinzipien der ökologischen Wirtschaftsweise
- Wachsender Bioland-Anteil ist Bestandteil der strategischen Unternehmensentwicklung

3. Prinzip

Gesellschaftliche Verantwortung

Der Bioland-Händler sieht sich als „Unternehmer“, der Verantwortung für seine Mitarbeiter, die vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette und gegenüber der Gesellschaft übernimmt. Dies dokumentiert er durch faire und langfristige Partnerschaften mit Vorlieferanten, Handelskunden und Mitarbeitern, die über verbindliche Vereinbarungen gesichert sind.

Schlagworte:

- Unternehmer, der Verantwortung für seine Mitarbeiter, die vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette und gegenüber der Gesellschaft übernimmt
- Faire und langfristige Partnerschaften
- Gesichert über Verträge

4. Prinzip

Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie

Der Bioland-Händler verfolgt eine über sein nachhaltiges Kerngeschäft hinausgehende integrierte und ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie. Diese findet sich im Unternehmensleitbild, der Unternehmensstrategie und in der betrieblichen Organisation wieder. Sämtliche Betriebsprozesse werden systematisch in Richtung Energieeffizienz, Klima- und Ressourcenschonung sowie einer auf das Gemeinwohl ausgerichteten Betriebswirtschaft als Ausdruck der sozialen Nachhaltigkeit weiterentwickelt. Ökonomischer Erfolg ist für Bioland-Händler die Grundlage, um in eine wachsende gemeinwohlorientierte Wirtschaft zu investieren.

Schlagworte:

- Integrierte, ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie
- Verankert im Unternehmensleitbild, der Unternehmensstrategie und der betrieblichen Organisation
- Energieeffizienz, Klima- und Ressourceneutralität, Gemeinwohlorientierung
- Wirtschaftlicher Erfolg als Grundlage für weitere Investitionen in eine gemeinwohlorientierte Wirtschaft

5. Prinzip

Regionale Entwicklung

Wesentliches Element der Nachhaltigkeitsstrategie eines Bioland-Händlers ist die tendenzielle Regionalisierung seiner ökonomischen Aktivitäten. Dies bezieht sich insbesondere auf den Rohstoff-/Wareneinkauf und das Bemühen um regionale wirtschaftliche und soziale Entwicklung durch Berücksichtigung bzw. Präferenzierung regionaler Akteure (Lieferanten, Dienstleister, Mitarbeiter).

Schlagworte:

- Regionalisierung der ökonomischen Aktivitäten, insbesondere im Rohstoff-/Wareneinkauf
- Regionale wirtschaftliche und soziale Entwicklung durch Präferenzierung regionaler Partner

6. Prinzip

Transparenz

Der Bioland-Händler ist sowohl für seine Lieferanten als auch für seine Kunden ein transparenter Partner. Diese Transparenz umfasst den Warenfluss und den Umgang mit Partnern, auch bzgl. Herstellung und Weitervertrieb von Handelsmarken.

Schlagworte:

- Transparenter Partner für Lieferanten und Kunden (u.a. externe Firmen, Servicedienstleister etc.)
- Transparenz bzgl. Herstellung und Weitervertrieb von Handelsmarken

7. Prinzip

Botschafter

Der Bioland-Händler fördert explizit die heimische ökologische Bioland-Landwirtschaft und fungiert als Vermittler zwischen Bioland-Landwirt, -Hersteller für und Verbraucher von Bioland-Produkte/n. Der Bioland-Händler sieht es als seine Aufgabe an, den Verbrauchern ein Verständnis für ökologische, gesunde und qualitativ hochwertige Lebensmittel zu vermitteln.

Schlagworte:

- Explizite Förderung der heimischen Bioland-Landwirtschaft
- Vermittler zwischen Bioland-Landwirten, den -Herstellern und den Verbrauchern
- Vermittlung eines Verständnisses für ökologische, gesunde und qualitativ hochwertige Lebensmittel an die Verbraucher