

# GEMEINWOHL-BERICHT

## UNTERNEHMEN BIOLAND

### ALLGEMEINE INFOS

- Aufgrund der eng verbundenen Verantwortlichkeiten und Prozesse wird zur Erstellung der Gemeinwohlbilanz der „Betrieb Bioland“ betrachtet. „Bioland“ ist hiernach ein „Betrieb aus verbundenen Unternehmen“. Es handelt sich um folgende Unternehmen:

Unternehmen	Sitz	Umsatz	Gewinn	Anzahl MA	Anzahl AK
Bioland e.V.	Mainz	8.069.583	88.281	91	67,12
Bioland Landesverband Baden-Württemberg e.V.	Esslingen	381.374	-24.080	1	0,63
Bioland Landesverband Bayern e.V.	Augsburg	11.148	11.148	1	1
Bioland Landesverband Hessen e.V.	Fulda	1.025	-449	0	0
Bioland Landesverband NRW e.V.	Hamm	658.061	-32.510	16	8,08
Bioland Landesverband Niedersachsen/ Bremen e.V.	Visselhövede	40	-105	0	0
Bioland Landesverband Rheinland-Pfalz/ Saarland e.V.	Mainz	0	-160	0	0
Bioland Landesverband Ost e.V.	Berlin	6.900	-67	0	0
Bioland Landesverband Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Hamburg e.V.	Rendsburg	0	-17.853	0	0
Bioland Beratung GmbH	Mainz	1.249.009	-18.635	11	5,63
Bioland Erzeugerring Bayern e.V.	Augsburg	1.174.138	1.045	31	15,43
Bioland Service Team GmbH	Augsburg	1.199.902	3.361	8	6,61
Bioland Verlag GmbH	Mainz	507.019	28.045	6	3,78

- Branche: Landwirtschaft
- Homepage: [www.bioland.de](http://www.bioland.de)
- Berichtszeitraum: 2014

## TÄTIGKEITSBEREICH

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Grund- und Fachberatung von landwirtschaftlichen Erzeugern (Richtlinien, fachspezifisch, betriebswirtschaftlich,...)	35%
Bildungsveranstaltungen, Tagungen u. Seminare	8%
Hersteller- u. Handelsbetreuung, Unterstützung im Marketing, Wertschöpfungskettenmanagement	25%
Forschung und Entwicklung	10%
Rohwarensicherung / Zertifizierung	3-4%
Lobbying	6%
Verbraucheraufklärung u. Info, Messeorganisation, Events	12%

## DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Bioland e.V. will durch Dienstleistungen die Bioland Mitglieder und Partner in ihrem nachhaltigen Wirtschaften (Ökologie, Biodiversität, Klimaschutz) unterstützen und so einen Beitrag für das Gemeinwohl leisten. Mit Hilfe der Gemeinwohloökonomie möchte der Verband die sozialen und ökonomischen Aspekte bewusster in seinem Handeln mit einbeziehen und gemeinwohlorientiert weiter entwickeln.

In 2014 ist nur ein Einstiegsbericht erstellt worden. Eine weitere Auseinandersetzung mit den Inhalten oder auch weitere Aktivitäten zum Thema Gemeinwohloökonomie wurden nicht vorgenommen.

Ansprechpartner: H. Colshorn (Regionalgruppe Bayern).

Bisher haben wir uns keinem Energiefeld/ Regionalgruppe angeschlossen. Ein weiteres GWÖ Engagement über die Erstellung dieser Bilanz hinaus von Bioland e.V. als Organisation gibt es nicht.

## NEGATIVKRITERIEN

Negativkriterium	Kann ich bestätigen	Kann ich nicht bestätigen
Keine Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen/ Menschenrechte	X	
Keine Menschenunwürdigen Produkte	X	
Keine Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	X	
Keine feindliche Übernahme	X	
Keine Sperrpatente	X	
Keine Dumpingpreise	X	
Keine illegitimen Umweltbelastungen	X	
Keine Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B. Grenzwerte)	X	
Keine geplante Obsoleszenz	X	
Kein Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens	X	
Kein Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn	X	
Keine Umgehung der Steuerpflicht	X	
Keine unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitende Gesellschafter	X	
Offenlegung aller Beteiligungen und Tochterunter- nehmen	X	
Keine Verhinderung eines Betriebsrates	X	
Offenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby-Organisationen/Eintragung ins Lobbyregister der EU	X	
Keine Exzessive Einkommensspreizung	X	

## TESTAT : AUDIT

GEMEINWOHL-  
BILANZ 2014

für Bioland e.V., Verband für organisch biolog. Landbau  
AuditorIn Regina Sörgel/ Roland Wiedemeyer

GEMEINWOHL  
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell  
mit Zukunft

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				10 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				80 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 10 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 30 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 30 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 70 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 10 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung 90 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmen 70 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 80 %	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen 60 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 80 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 90 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 30 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 10 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 100 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 10 %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO- Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0	Feindliche Übernahme 0 Sperrpatente 0 Dumpingpreise 0	Illegitime Umweltbelastungen 0 Verstöße gegen Umweltauflagen 0 Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens 0 Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn 0 Umgehung der Steuerpflicht 0 Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0 Verhinderung eines Betriebsrats 0 Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0 Exzessive Einkommens- spreizung 0

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf [www.gemeinwohl-oekonomie.org](http://www.gemeinwohl-oekonomie.org)

Testat gültig bis 30.11.2017

**BILANZSUMME 488**

# GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

## A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

### A1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (Relevanz: hoch)

Auflistung aller zugelieferten Produkte/ Dienstleistungen in % vom Aufwand im Berichtszeitraum

<b>Ausgabenposten + % der Ausgaben Bezugsbasis – Gesamtausgaben Bioland</b>	<b>Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung</b>
Dienstleistungen Messe (BST GmbH) 4,97 %	Tochterunternehmen, Organisatorische Nähe, Möglichkeit der Einflussnahme, ähnliche Geschäftsphilosophie
Bioland Fach-Magazin (Verlag) 2,6%	Ausgliederung aus dem Verband, organisatorische Nähe
Dateneingabe/Vorbereitung Zertifizierung (ABCERT) 1,79 %	Organisatorische Nähe, Tochterunternehmen
Dienstleistung Marketing/ Website/Werbematerialien 2,49 %	Kompetenz in der Ökobranche, organisatorische Nähe, persönliche Kontakte (Agentur merzpunkt, ...)
Soft-/Hardware Fa. Reitzner, IBM, 2. Used, ABCERT, Ressourcenmangel 1,14%	Regionaler Bezug, vertrauensvolle Zusammenarbeit (ABCERT, Tochterunternehmen)
Büromaterialien / Druckerzeugnisse Memo et al 0,81 %	Nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens memo

Konkrete Beschaffungskriterien für Produkte und Dienstleistungen sind nur in wenigen Fällen vorgegeben (Büromaterialien, -einrichtungen, -räume, Energie, IT, Druckerzeugnisse, Leasing von KFZ sowie Tagungshäuser).

In den anderen Bereichen außerhalb der genannten erfolgt die Beschaffung aufgrund der Sensibilität der Mitarbeiter ökologisch orientiert.

### A1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz: mittel)

Bioland macht insofern eine systematische Evaluierung der Supply Chain, in dem wir vorzugsweise Vorlieferanten wählen, die ökologisch ausgerichtet sind oder Wert auf nachhaltiges Wirtschaften legen. Das betrifft vor allem das Catering auf eigenen Veranstaltungen, der Bezug von Büromaterialien, die Bevorzugung von ÖPNV oder auch die Zusammenarbeit mit anderen nachhaltigen Dienstleistern (Naturstrom, GLS Bank, Oeko-Capital, merz-punkt,...).

Wesentliche Kriterien hierfür sind eine nachhaltige Ausrichtung und Produktangebot, Biozertifizierung, Reputation als umweltorientiertes Unternehmen. Bei Dienstleistungen möglichste Affinität des Unternehmens zum Ökologischen Landbau, Reputation, Qualität sowie Preis-Leistungsverhältnis.

Spezielle Kooperationsprogramme mit Lieferanten, welche soziale und ökologische Aspekte beinhalten, werden bisher nicht durchgeführt. Der Anteil der Güter und Dienstleistungen, die unter Berücksichtigung sozialer / ökologischer Kriterien, bezogen werden, liegt schätzungsweise bei 50-65%

Im gastronomischen Bereich mind. EU-Ware, höherwertige Alternativen Verbandszertifizierung, vorrangig Bioland. Sofern verfügbar, wird dies in einen Ausmaß von ca. 80% berücksichtigt.

Gemäß der allgemeinen Einkaufsrichtlinie soll die Entscheidung für Lieferanten/ Dienstleister auf Grundlage mehrerer Kriterien erfolgen, so u.a. auch Qualitäts- und organisatorische Fragen sowie das Umweltengagement und die Nachhaltigkeit. In der täglichen Praxis wird die Einhaltung dieser Kriterien nicht überprüft, da der Bezug von Leistungen nicht immer zentral erfolgt. Für bestimmte Bereiche (IT, Büromaterialien, Druckmaterialien, Agenturleistungen,...) erfolgt der Zukauf dagegen zentral. Hier gibt es z.T. konkrete Empfehlungen für den Einkauf. Darüber hinaus gibt es für einige Dienstleistungen oder Produkte keine nachhaltige Alternativen (z.B. Soft- u. Hardware).

### **A1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (Relevanz: niedrig)**

Bei folgenden Beschaffungspositionen werden höherwertige Alternativen gewählt, wofür ebenfalls ein entsprechendes Budget in der Haushaltsplanung eingeräumt wird.

- s.o. – Gastronomie (eigenes Tagungszentrum, Tagungshäuser mit ökologischer Küche, Biohotels,...)
- Büromaterialien, z. T. Möbel (Memo)
- Finanzen (GLS Bank, Direktversicherungen für Mitarbeiter über Oeko-Capital)

Bei den oben genannten zugekauften Produkten und Dienstleistungen gibt es bei einigen Partnern langfristige Verträge. Preise werden im gegenseitigen Einvernehmen ausgehandelt.

Im Bereich von Büromaterialien, Tagungshäusern und Energie (Strom) werden die höherwertigen Alternativen in Anspruch genommen.

## B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

### B1.1 Institutionalisierung (Relevanz: mittel)

Bioland arbeitet seit Jahren mit ökologisch-sozialen Finanzdienstleistern, wie z.B. der GLS Bank oder Oeko-Capital, zusammen.

- Umsetzung zu annähernd 100%. Fast alle Konten sind seit 2008 bei der GLS Bank.
- Die Sachversicherungen werden über ein Maklerbüro (Impuls) optimiert und vielfach bei den klassischen Versicherungsunternehmen abgeschlossen. Aufgrund z.T. sehr langfristiger Verträge oder auch aufgrund von sehr günstigen Konditionen, die bei einem neuen Abschluss des Vertrages nicht mehr möglich wären, werden einige Versicherungspolizen wie bisher fortgeführt, anstatt zu einer nachhaltig bzw. ethisch wirtschaftenden Versicherungsgruppe zu wechseln. Direktversicherungen für Mitarbeiter werden seit Ende 2013 bzw. Beginn 2014 nur noch über die Oeko-Capital abgeschlossen.

Eine Institutionalisierung des ethischen Finanzmanagements, z.B. in Form eines Unternehmens-Leitbildes, gibt es bisher nicht.

### B1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz: niedrig)

#### Auflistung der Finanzdienstleister

In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
<u>100%</u>	GLS Bank (=> auf ethisches u. nachhaltiges Finanzmanagement spezialisiert) (nachhaltige Bank, gutes Renommee, persönliche Kontakte)
<u>2-3%</u>	Oeko-Capital (s.o.) (Empfehlung der GLS-Bank, Partner für Direktversicherungen, der auf nachhaltiges Investment Wert legt. Nur dieser Partner wird von Bioland empfohlen)
<u>0,3%</u>	Impuls-Versicherungsmakler (Maklerbüro) für Haftpflicht, Dienstreisen, DD Versicherung, ... (langfristige Zusammenarbeit, Auslagerung der Auswahl entsprechender Versicherungen an einen professionellen Partner, Kriterien für die Auswahl der Versicherungspartner sind bisher nicht konkret vorgegeben)
<u>0,4%</u>	Gothaer Versicherung und andere (kein nachhaltiges



	oder ethisches Engagement (Angebot für MitarbeiterInnen, zu günstigeren Konditionen Direktversicherungen abzuschließen, Empfehlung von Anfang 2000, mittlerweile abgelöst durch Oeko-Capital)
--	--

### **B1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz: hoch)**

#### Auflistung der Kapitalanlagen

In % der Veranlagung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
95-97%	Bioland e.V. und Landesverbände, gemeinsames Kontenmanagement, ggf. festverzinsliche Anlage (Landesverbände)
3-5%	Festgeld z.T. auf restl. Konten bei den Landesverbänden vor Ort (Sparkasse, Volksbank)

#### Geldanlagepolitik:

- Die Rücklagen wurden in den vergangenen Jahren zur Verbesserung der Liquidität und Stabilität des Verbandes benötigt. Vielfach ist das Eigenkapital wiederum in Beteiligungen von verbundenen Unternehmen investiert.
- Zinseinnahmen gibt es aufgrund eines gemeinsamen Kontenmanagements. Die Zinsen fließen ebenfalls ins laufende Tagesgeschäft ein.
- Das Geldvermögen der einzelnen Landesverbände ist z.T. noch bei Banken angelegt, die über kein ethisches Finanzmanagement verfügen (Anteil s.o.).

Aktuell betreibt der Bioland e.V. keine aktive Anlagenpolitik. Überschüsse, die im Laufe des Jahres entstehen, bleiben im Cash Pool der GLS Bank. Das somit vorhandene Vermögen wird vor allem intern verwendet, um die Liquidität des Verbandes sicher zu stellen.

Des weiteren hat Bioland eine Stiftung gegründet, die im Begriff ist, ihre Arbeit aufzunehmen: die „Bioland-Stiftung“ Mit Hilfe dieser Stiftung sollen weitere Gelder und Sponsoren für die Weiterentwicklung des ökologischen Landbaus gewonnen werden.

### **B1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung (Relevanz: niedrig)**

#### Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil

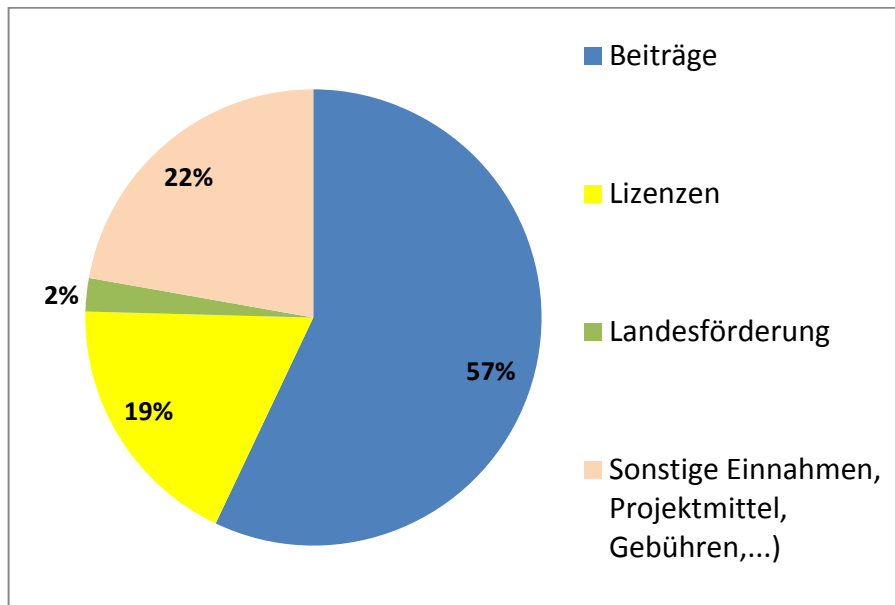
Eigenkapital	100 %-Anteil Gesamtkapital (Mitglieder, Überschüsse der vergangenen Jahre)
Fremdkapital	0 %-Anteil Gesamtkapital (in der 1. Jahreshälfte werden aus Liquiditätsgründen von den Landesverbänden kurzfristige Darlehen aufgenommen.



### Auflistung Aufteilung der Finanzierungsformen/ Fremdkapitals

In % der Finanzierung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
3-4%, 1. Jahreshälfte	Landesverbände

Gesamteinnahmen 2013, 7.5 Mio. €



Derzeit bestehen keine externen Darlehen und es ist auch nicht beabsichtigt, diese Option zu nutzen. Temporäre Liquiditätsengpässe werden innerhalb des Verbandes durch Kreditaufnahmen bei finanziell besser gestellten Landesverbänden behoben. Es gibt keine Kreditaufnahme bei Finanzinstituten. Es besteht lediglich ein Kontokorrent bei der GLS-Bank. Die Zielsetzung ist weiterhin, die Liquidität intern sicherzustellen.

## C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

### Allgemeines

#### Allgemeine Kennzahlen

Die Struktur der Mitarbeiter und Arbeitsverhältnisse zeigt die folgende Tabelle.

Unternehmen	Mitarbeiter ohne Praktikanten und Aushilfen Anzahl (AK)	Geschlecht weibl./männl.	Praktikanten und Aushilfen Anzahl (AK)	Unbefristete Arbeitsverträge Anzahl (AK)	Befristete Arbeitsverträge Anzahl (AK)	Vollzeitstellen Anzahl (AK)	Teilzeitstellen Anzahl (AK)
Bioland e.V.	91 (67,12)	58W, 33M	28 (5,52)	84 (64,01)	7 (3,11)	40 (38,81)	51 (28,31)
Bioland Landesverband Baden-Württemberg e.V.	1 (0,63)	1M			1 (0,63)		1 (0,63)
Bioland Landesverband Bayern e.V.	1 (1)	1M		1 (1)		1 (1)	
Bioland Landesverband Hessen e.V.							
Bioland Landesverband NRW e.V.	16 (8,08)	8W, 8M		15 (7,75)	1 (0,33)	8 (5,68)	8 (2,4)
Bioland Landesverband Niedersachsen/Bremen e.V.							
Bioland Landesverband Rheinland-Pfalz/ Saarland e.V.							
Bioland Landesverband Ost e.V.							
Bioland Landesverband Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Hamburg e.V.							
Bioland Beratung GmbH	11 (5,63)	11W	4 (0,05)	4 (3,14)	7 (2,49)	4 (3,29)	7 (2,34)
Bioland Erzeugerring Bayern e.V.	31 (15,43)	10W, 21M	7 (1)	30 (15,15)	1 (0,28)	8 (6,6)	23 (8,83)
Bioland Service Team GmbH	8 (6,61)	7W, 1M	9 (1,01)	7 (5,84)	1 (0,77)	5 (4,75)	3 (1,86)
Bioland Verlag GmbH	6 (3,78)	5W, 1M	1 (0,17)	5 (3,11)	1 (0,67)	2 (1,64)	4 (2,14)
<b>Summe</b>	<b>165 (108,28)</b>	<b>99W, 66M</b>	<b>49 (7,75)</b>	<b>146 (100)</b>	<b>19 (8,28)</b>	<b>68 (61,77)</b>	<b>97 (46,51)</b>

Hierarchieebenen mit Anzahl der Mitarbeiter pro Hierarchieebene und Diversitätskennzahlen (Frauenquote)

Hierarchie-Ebene	Funktion	Anzahl (Anzahl Frauen)
1. Ebene	Präsident	1 (0)
2. Ebene	Geschäftsbereichsleiter, Landesgeschäftsführer,	10 (2)
3. Ebene	Teamleiter	14 (6)
4. Ebene	Mitarbeiter	64 (50)

### **C1.1 Mitarbeiter-Orientierte Organisationskultur und -strukturen<sup>1</sup>(Relevanz: mittel)**

Bioland legt sehr viel Wert auf die selbstständige Organisation der Aufgaben durch die jeweiligen MitarbeiterInnen. Die Abteilungen bestehen aus Teams von Mitarbeitern, die flexibel auf die unterschiedlichen Herausforderungen im Alltag reagieren können und auch müssen. Dazu bedarf es einer eigenständigen Arbeitsweise der jeweiligen MitarbeiterInnen mit einem hohen Maße an Selbstorganisation.

Mit dem Wachstum der Organisation und damit einhergehend auch weitergehender Spezialisierung der Tätigkeitsfelder der einzelnen MitarbeiterInnen werden hier allerdings andere Organisationsformen und Strukturen notwendig. Viele Prozesse müssen übergeordnet koordiniert und vereinbart werden.

- In diesem Zusammenhang wurde 2014 für neue MitarbeiterInnen ein Einarbeitungsplan entworfen. Erstmals entwickelt für die Beratung, ist dieser Grundlage für die angepassten Pläne für die anderen Bereiche. Für die generelle Einführung in die Zusammenhänge von Bioland gibt es umfangreiches Präsentationsmaterial.
- In der Mitarbeiterführung wird ein kooperatives Miteinander von Vorgesetzten und deren MitarbeiterInnen gelebt. Die Führungsstruktur ist breit und mit flacher Hierarchie angelegt.
- In jährlichen Mitarbeitergesprächen besteht die Möglichkeit, die Situation im Unternehmen, die Entwicklungsmöglichkeiten etc. zu besprechen sowie Feedback zu geben und zu bekommen. Hierzu wurden die Führungskräfte geschult und entsprechende Materialien zur Dokumentation zur Verfügung gestellt. Bei der konsequenten Umsetzung der Jahresgespräche sehen wir allerdings noch Verbesserungspotential.

<sup>1</sup> Konkret in den Dimensionen: Klarheit über Aufgaben und Verantwortlichkeiten (und ihre Grenzen), Wertschätzungskultur, Führungskultur, konstruktiver Umgang mit Problemen, Kommunikationskultur inkl. MA-Befragungen und Aus- und Weiterbildung.

Die insgesamt für die Fortbildung der Mitarbeiter aufgewendete Summe an Fortbildungskosten in 2014 betrug lt. Auswertung des Kostenträgers ca. 43 T€, d.h. ca. 270 Euro pro Mitarbeiter und Jahr.

### **Weiterbildung der MitarbeiterInnen**

- Ein systematisches Weiterbildungsmanagement erfolgt nicht. Seminare zur beruflichen Weiterbildung werden auf Anfrage durch MitarbeiterInnen mit einer Darstellung des Bedarfs für Bioland i.d.R. genehmigt. Zudem werden intern angebotene Schulungen im Bereich IT nicht in ausreichendem Maße angenommen. Die Gründe hierfür wurden bisher nicht näher analysiert.
- Für eine begrenzte Anzahl neu geschaffener Stellen werden in Zusammenarbeit mit der FibL-Projekte GmbH Trainee-Stellen angeboten, die ein umfangreiches Fortbildungsprogramm im Bereich der sog. „Soft-Skills“ sowie eine gute Vernetzung in der Öko-Branche gewährleisten.
- Klassische Berufsausbildungsstellen werden hingegen bisher noch nicht angeboten.
- Wir sehen in einem systematischen Weiterbildungsmanagement eine wichtige Aufgabe mit hohem Potential für die Zukunft.

### **Interne Kommunikation**

- Die Kommunikationsstruktur (bzw.-politik) enthält E-Mail, Intranet und interne Chats als Kommunikationswege. Darüber hinaus wird vierteljährlich eine „Bioland intern“ herausgegeben. Das Blatt enthält relevante Neuigkeiten für die Mitarbeiter und die ehrenamtlichen Vorstände.

### **Internes Beschwerdemanagement**

- Als vertrauliche Anlaufstelle ist der Betriebsrat zuständig
- Das Interne Beschwerdemanagement ist Aufgabe der Vorgesetzten und des Betriebsrates. Eine Systematik hierzu oder Möglichkeiten zur Supervision bzw. des Coachings auf MitarbeiterInnen-Ebene gibt es nicht.

## **C1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (Relevanz: mittel)**

- Derzeit gibt es kein transparentes und verbindliches Entgeltschema. Es existiert jedoch ein Orientierungsrahmen. Gehaltsgerechtigkeit ist aktuell ein Thema im Betriebsrat, der hierzu eine Arbeitsgruppe eingerichtet hat. Historisch bedingt gibt es nach der Strukturreform durch Bildung eines Gesamtverbandes aus vorher eigenständigen Landesverbänden bei Mitarbeitern mit weitgehend gleichen Tätigkeitsprofilen z.T. größere Gehaltsunterschiede, die noch nicht hinreichend ausgeglichen wurden.
- Es gibt keine Leitlinien in der Beschäftigungspolitik. Einige gute Ansätze für die Entwicklung unseres Fachkräftebedarfs sind vorhanden, diese sind aber noch unsystematisch. Die Personalplanung wird einmal jährlich an den Betriebsrat

kommuniziert, kurzfristige Personaländerungen und Stellenausschreibungen werden intern kommuniziert.

- Vorausplanende Überlegungen zum Vorgehen bei einer Verschlechterung der wirtschaftlichen Bedingungen sind nicht vorhanden.
- Die freiwilligen Sozialleistungen bei Bioland umfassen: Beiträge zur betrieblichen Altersvorsorge, gemeinsames Montagsessen in einigen Geschäftsstellen, freie halbe Tage an Heiligabend und Silvester sowie regional flexible Freizeitregelungen an Fastnacht u.ä.

### **C1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz: mittel)**

#### **Fehlzeiten:**

	<b>Tage (8 Std.)</b>
Fehlzeiten	172,10
Gesamte Arbeitstage	10.366,40
Anteil Fehlzeiten	1,66%
Fehlzeiten pro MA im Jahr	1,04

Insgesamt beschäftigt Bioland zwei Schwerbehinderte. Dies entspricht bei den Beschäftigten einem Anteil von ca. 2%. Darüber hinaus ist Bioland verpflichtet, eine gesetzliche Ausgleichsabgabe zu entrichten, da der Anteil an Beschäftigung von Schwerbehinderten unter 5% liegt. Diese Abgabe betrug in 2014 ca. 4.800 Euro.

Arbeitszeiten werden im Arbeitsvertrag fixiert und in Absprache mit den jeweiligen KollegInnen in der Geschäftsstelle umgesetzt. Es gibt flexible Arbeitsmodelle, die – unter Beachtung der verbandsinternen Anforderungen - möglichst einvernehmlich mit den jeweiligen Mitarbeiterinnen und ihren Bedürfnissen abgestimmt werden.

Sofern möglich, versuchen wir, die individuellen Bedürfnisse der MitarbeiterInnen hinsichtlich der Arbeitsplatzgestaltung zu berücksichtigen, ohne hierfür jedoch Leitlinien o.ä. definiert zu haben.

Die Möglichkeit zur Teilzeitarbeit ist fest verankert. Teilweise kann auch das Homeoffice genutzt werden. Dies wird aktiv hauptsächlich den Beratern offeriert, da so eine für den Verband kostengünstigere und effektivere Beratung vor Ort gewährleistet werden kann. Auf eine eigenverantwortliche Arbeitsorganisation bzw. Selbstorganisation wird viel Wert gelegt.

Im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements (Arbeits- und Gesundheitsschutz) werden die Mitarbeiter(innen) in Fragen der Arbeitsplatzsicherheit, Ergonomie und persönlicher Gesundheitsvorsorge begleitet. Auf Eigeninitiative gibt es in den einzelnen Geschäftsstellen Ansätze der Gesundheitsvorsorge, wie z.B. in der Geschäftsstelle Mainz einmal wöchentlich

Auflockerungsübungen durch eine Mitarbeiterin, Fortbildungen zum Thema Stressabbau in den Geschäftsstellen Esslingen und Augsburg. Ein gesamtverbandliches Angebot zur Gesundheitsvorsorge gibt es jedoch nicht.

Die überwiegende Anzahl der Arbeitsplätze sind nicht barrierefrei.

#### C1.4 Gleichstellung und Diversität (Relevanz: mittel)

##### Kennzahlen

- Fluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht, sowie weiteren Diversitätskriterien (gegebenenfalls auch nach Niederlassung)
- Rückkehrquote (ab 12 Monate nach Wiedereinstieg)<sup>2</sup> nach Elternzeit nach Geschlecht
- Anteil von Frauen im gebärfähigen Alter bei Beförderungen

Der Frauenanteil im Unternehmen liegt ins gesamt bei > 50 %; der Anteil in den leitenden Positionen liegt bei 30 %. Insgesamt hat sich der Frauenanteil in den letzten Jahren erhöht. Spezielle Maßnahmen zur Frauenförderung, z.B. eine Frauenquote, gibt es nicht.

Die Anzahl von MitarbeiterInnen mit unterschiedlichen Nationalitäten im Verband ist gering. Das hängt unter anderem damit zusammen, dass der Verband vorrangig im deutschsprachigen Raum arbeitet (Deutschland und Südtirol).

##### **Fluktuation ohne Praktikanten und Aushilfen:**

	Anzahl	AK	Eintritt in 2014	Austritt in 2014	Eintritt zu Anz.	Austritt zu Anz.
MA nach Aufgabenbereichen <b>ohne Praktikanten und Aushilfen</b>	91	67,12	7	8	4%	5%
<b>Praktikanten und Aushilfen</b> nach Aufgabenbereichen	28	5,52	21	20	43%	41%
MA nach Aufgabenbereichen <b>mit Praktikanten und Aushilfen</b>	119	72,64	28	28	47%	46%

Kurzfristige Beschäftigungsverhältnisse entstehen vor allem im Rahmen von Elternzeitvertretungen, Drittmittel-Projekten und Praktikumsstellen; nur in Einzelfällen werden auch befristete Verträge ohne Sachgrund abgeschlossen.

<sup>2</sup> Um von einer tatsächlichen Rückkehr sprechen zu können, muss die gesetzlich vorgeschriebene Behaltfrist nach der Karenz deutlich überschritten sein und sich die Vereinbarkeit im Arbeitsalltag soweit bewährt haben, dass die Stelle nicht innerhalb eines Jahres nach der Rückkehr aufgegeben wurde.

## C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

### Allgemeines

Um eine flexible Arbeitsorganisation zu ermöglichen, arbeitet Bioland mit einem „Ampelmodell“ in der Stundenerfassung. Das heißt, dass jede/r Mitarbeiter/in in einem bestimmten Rahmen selbst verantwortlich dafür ist, dass sie/er die vertraglich vereinbarten Arbeitszeiten einhält. Läuft etwas aus dem Ruder, sind mit dem Vorgesetzten Maßnahmen zu vereinbaren und der Betriebsrat zu informieren. Das Arbeitszeitmodell ist in einer für alle einsehbaren Betriebsvereinbarung beschrieben. Die Arbeitszeit wird über das Arbeitszeiterfassungsprogramm (AZEP) von jedem persönlich erfasst, monatlich wird ein Arbeitszeitbericht erstellt, der an den Vorgesetzten zum Abzeichnen geschickt wird. Eine Aufzeichnungspflicht für die Führungsverantwortlichen besteht nicht. Vierteljährlich erhalten die Vorgesetzten eine vollständige Auswertung der AZEP für ihre jeweiligen Mitarbeiter, der Betriebsrat eine Auswertung über diejenigen MitarbeiterInnen, die erhebliche Plus/Minusstunden angehäuft haben.

Auf die individuellen Bedürfnisse der MitarbeiterInnen in Teilzeit wird soweit möglich und, sofern mit den Aufgaben vereinbar, Rücksicht genommen.

Im Jahr 2014 stand eine Evaluierung der Betriebsvereinbarung zur Arbeitszeit an. Zu diesem Zeitpunkt war sie ein Jahr in Kraft. Die Evaluierung erfolgte je nach Geschäftsstelle im Rahmen einer Betriebsversammlung oder mittels eines Rückmeldebogens durch die Betriebsräte. Die getroffenen Regelungen wurden überwiegend positiv empfunden, in der Umsetzung beim Erreichen des „roten Bereichs“, d.h. bei zu viel angehäuften Plusstunden, gab es allerdings noch Verbesserungsbedarf.

### C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)

Die oben beschriebene Betriebsvereinbarung zur Arbeitszeit hat zum Ziel, bei flexibler Arbeitsgestaltung den Anfall von Plusstunden über ein Jahr auszugleichen. Die Betriebsvereinbarung ist seit April 2013 in Kraft, zuvor wurden Plusstunden ab einem bestimmten Stand gestrichen. Diese grundlegende Änderung hat für das Jahr 2014 einen Anstieg der Plusstunden mit sich gebracht (s. Tabelle). Wie gut die neue Regelung greift, wird sich in den nächsten Jahren zeigen.

	Gesamter Urlaubs- anspruch	Rest- urlaub	Plus- Std.	Plus-Std. in Voll-AK (1700 h)
Stand Ende 2013	2580	805	3518	2,07
Stand Ende 2014	2685	769	4366	2,57
Veränderung absolut	105	-36	848	0,50
Veränderung relativ	4%	96%	124%	

Teilzeitarbeit ist bei Bioland in der Regel möglich und wird auf Ebene der Sachbearbeitung häufig in Anspruch genommen.



Insgesamt ca. 56 % der Arbeitsverträge sind Teilzeitverträge, abhängig vom Aufgabengebiet:

- Sekretariat u. Buchhaltung > 78 %
- Beratung ca. 50 %
- Geschäftsleiterebene 0 %

## **C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) ( Relevanz: mittel)**

### **Stellenanteile ohne Praktikanten und Aushilfen:**

	<b>Anzahl (Anteil)</b>	<b>AK (Anteil)</b>
Vollzeit Arbeitsverträge	40	38,81
Teilzeit Arbeitsverträge	51	28,31
Summe	91	67,12

In 2014 wurden ohne PraktikantInnen sieben neue MitarbeiterInnen eingestellt

### **Teilzeitarbeit**

- Teilzeitarbeitsverträge bestehen bisher ausschließlich auf der Sachbearbeitungs-Ebene, da Arbeit in Teilzeit in bestimmten Arbeitsbereichen sperriger zu handhaben ist, z.B. in den Führungspositionen.
- Insgesamt gibt es ca. 56% Arbeitsverhältnisse in Teilzeit.
- Sekretariat und Buchhaltung: > 75% Teilzeit.
- Beratung: ca. 50% Teilzeit
- Geschäftsleitung: Keine Teilzeit.

### **Zeitarbeit**

- Grundsätzlich entspricht Zeitarbeit zur Überbrückung von personellen Engpässen nicht dem Ansatz oder der Unternehmenskultur von Bioland. In 2014 gab es keine Mitarbeiter auf Zeitarbeit.

## **C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz: mittel)**

Im Führungskreis wird seit gut 1, 5 Jahren zusammen mit einem Coach an der eigenen Entwicklung und auch an der Teamentwicklung gearbeitet. Ein Thema dazu ist auch das Selbst- bzw. damit verbundene Zeitmanagement, um sich auf die eigentlichen Führungsaufgaben zu konzentrieren. Entsprechende Angebote für die MitarbeiterInnen gibt es generell nicht. Z.T. werden diese im Rahmen der individuellen Teamtreffen mit angeboten.

## C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

### Kennzahlen/ wichtige Daten

	Teilweise vegetarisch/ vegan	Mehrheitlich vegetarisch/ve gan	Überwiegend vegetarisch /vegan	Bio-Anteil (in%)
Angebote im Unternehmen (% uale Verteilg)	Auf Wunsch vegetarisch			100%
Tatsächliches Verhalten der MA (% uale Verteilung)	Es liegen keine konkreten Zahlen vor. Es ist aber davon auszugehen, dass sich die Mitarbeiter, sofern möglich u. verfügbar, überwiegend ökologisch ernähren. Die prozentuale Aufteilung entzieht sich aber unserer Kenntnis.	?	?	?

Es gibt keine gezielten Maßnahmen, die ein ökologischeres Verhalten der MitarbeiterInnen im Privatleben fördern. Z.B. wird in den Geschäftstellen Augsburg, Mainz und Hamm einmal wöchentlich ein gemeinsames biologisches Mittagessen organisiert und durch Bioland gesponsert.

Bei Besprechungen wird auf biologisches Catering Wert gelegt. Im Bioland Tagungszentrum in Fulda, bei Mitgliederversammlungen, Tagungen und auch Fortbildungen, die von Bioland organisiert werden, wird ausschließlich biologische Verpflegung (auf Wunsch auch vegetarisch/vegan) angeboten

### **C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch)**

Bisher werden keine gezielten Anreize für ein umweltbewusstes Mobilitätsverhalten zum Arbeitsplatz gestellt. Mit Ausnahme von zwei Standorten sind alle Geschäftsstellen gut mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. An vielen Geschäftsstellen finden sich wenige bis gar keine für die MitarbeiterInnen zur Verfügung gestellten Parkplätze.

Eine systematische Erfassung der Verkehrsmittel, die für den Weg zum Arbeitsplatz genutzt werden, wurde bisher noch nicht vorgenommen. Dies könnte eine Grundlage für eine gezielte Förderung ökologischerer Varianten sein.

### **C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (Relevanz: mittel)**

Als Organisation des ökologischen Landbaus legt Bioland schon bei der Einstellung von Mitarbeitern Wert auf eine persönliche ökologische Grundhaltung. Eine Sensibilisierung für ökologische und zumeist auch soziale Themen ist daher grundsätzlich vorhanden. Initiativen von Seiten der Mitarbeiter werden unterstützt, es gibt allerdings keine gezielten Aktivitäten, um dies noch stärker zu fördern.

Fortbildungen für Mitarbeiter beschäftigen sich sehr häufig mit Fähigkeiten und Kompetenzen der Mitarbeiter, z.B. Gesprächsführung, Moderation, EDV u.ä. Fachliche Schulungen für unsere Berater und Herstellerbetreuer haben hingegen in der Regel ökologische Themen der Land- und Ernährungswirtschaft zum Inhalt.

## **C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS**

### **C4.1 Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (Relevanz: hoch)**

Das Verhältnis der innerbetrieblichen Bruttoeinkommensspreizung liegt bei 1:5. Raumpflegekräfte sind bei dieser Betrachtung berücksichtigt. Vielfach werden diese in anderen Unternehmen nicht angestellt, sondern extern beauftragt. Bioland stellt diese direkt an. Praktikanten dagegen sind bei dieser Betrachtung aufgrund ihres besonderen Beschäftigungsverhältnisses nicht berücksichtigt worden.

### **C4.2 Mindesteinkommen (Relevanz: mittel)**

Das niedrigste Einkommen liegt bei 1.330,00 € (Netto-Verdienst für eine Vollzeitstelle). Die Verteilung des Einkommens im Hinblick auf die Spreizung zwischen Führung und einfachen Mitarbeiter ist aus unserer Sicht vorbildlich.

Aufgrund der historischen Entwicklung (Zusammenschluss von Einzelverbänden zu einem Gesamtverband) ist die Spreizung der Gehälter zwischen einigen MitarbeiterInnen, die das gleiche Tätigkeitsprofil ausüben, gravierend und bedarf der Korrektur. Daher sind wir aktuell bemüht, hierzu entsprechende Ansätze zu entwickeln.

### **C4.3 Transparenz und Institutionalisierung (Relevanz: niedrig)**

Die Gehaltsstrukturen sind bisher nicht transparent. Es gibt jedoch einen Orientierungsrahmen. Die Beachtung und Umsetzung in der täglichen Praxis gilt es noch weiter zu entwickeln.

Die Geschäftsbereichsleiter legen die Gehälter in Abstimmung mit der Bundesgeschäftsführung bzw. dem Präsidenten in der Regel bei der Einstellung oder bei zwischenzeitlichen Gehaltsanpassungen fest; die Landesgeschäftsführer z.T. in Abstimmung mit ihren jeweiligen Landesvorständen. Je nach Marktlage und Qualifikation des Bewerbers gibt es zudem gewisse Unterschiede beim Einstiegsgehalt.

Nach der bisherigen Einschätzung und Resonanz der MitarbeiterInnen gewährleisten wir an allen Standorten auskömmliche Einkommen.

Für eine transparentere Gehaltsstruktur und den Ausgleich von historisch gewachsenen Unterschieden in der Bezahlung bei gleicher Tätigkeit sind wir bestrebt, in Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat den bisherigen Ansatz im Gehaltsmodell im Hinblick auf die Gehaltsgerechtigkeit weiter zu entwickeln. In 2014 hat eine Arbeitsgruppe des Betriebsrates hierzu die Arbeit aufgenommen.

## **C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ**

### **C5.1 Grad der Transparenz (Relevanz: niedrig)**

Alle Mitarbeiter außer Reinigungskräften, Aushilfen und Praktikanten haben einen eigenen EDV-Zugang. Die interne Kommunikation ist in Lotus-Notes-Datenbanken organisiert, in denen Zugriffsberechtigungen sehr genau erteilt werden können. Die einzelnen Zugriffsrechte werden durch die jeweiligen Geschäftsleiter, die Bundesgeschäftsführung oder auch durch die Mitarbeiter der einzelnen Teams definiert und festgelegt (Diskussionsräume oder Teamräume).

Die Mitarbeiter haben somit freien Zugang zu den ihrer Funktion entsprechenden Informationen. Dies schließt auch Protokolle fachlich arbeitender Bioland-Gremien ein. Zugang zu den Protokollen der Führungsgremien wie dem Präsidium und dem Geschäftsführenden Ausschuss besteht für die Mitarbeiter nicht. Wichtige Ergebnisse dieser Gremien werden in hierfür verfassten Berichten an die Mitarbeiter kommuniziert und zur Recherche in einer Datenbank hinterlegt. Den jährlich erstellten Geschäftsbericht und Finanzbericht erhalten alle Mitarbeiter.

Personalentscheidungen, Gehälter, detaillierte Finanzpläne u.a. kritische Daten sind für Mitarbeiter nicht einsehbar. Diese werden ausschließlich den Betriebsräten im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten zur Verfügung gestellt. Der Wirtschaftsausschuss als Gremium des Betriebsrates, in dem viel Transparenz hergestellt werden kann, hat in 2014 seine Arbeit aufgenommen und zum Ende des Jahres eine Schulung absolviert, in der Vereinbarungen zur Offenlegung von relevanten Kennzahlen sowie der Berichterstattung gegenüber den Mitarbeitern getroffen wurden.

In jedem Quartal finden in den Geschäftsstellen Betriebsversammlungen statt, in denen sowohl die Betriebsräte als auch die Geschäftsführer Möglichkeit zum Bericht und Diskussion über verschiedene Themen haben.

### **C5.2 Legitimierung der Führungskräfte (Relevanz: mittel)**

Die Führungskräfte auf Landesebene werden von den Landesvorständen ausgewählt und eingestellt. Auf der Bundesebene ist der Präsident der Vertreter des Verbandes. Der Präsident selber wird durch die Bundesdelegiertenversammlung (Mitglieder) auf Vorschlag der Personalkommission gewählt.

Die leitenden Führungskräfte auf Bundesebene werden von Präsident und Personalkommission gemeinsam ausgewählt. Bei Entscheidungen über Führungskräfte haben MitarbeiterInnen kein Mitspracherecht.

### **C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (Relevanz: hoch)**

Die innerverbandliche Willensbildung und auch Führung erfolgt -nach den Gepflogenheiten eines Vereins- weitgehend durch die Mitglieder. Ihre Interessen stehen im Vordergrund und der Verband richtet seine Aktivitäten danach aus. In die grundsätzlichen, strategischen Fragen sind die MitarbeiterInnen nicht einbezogen. Auch bei der Mittelverwendung haben die MitarbeiterInnen kein Mitbestimmungsrecht. Mitbestimmungsmöglichkeiten gibt es eher im Bereich des operativen Handelns, je nach Tätigkeitsbereich.

In Bezug auf Mitarbeiterbelange hat natürlich der Betriebsrat Mitbestimmungsrechte. Erste betriebliche Vereinbarungen wurden getroffen, weitere Vereinbarungen werden vom Betriebsrat angestrebt, auch wenn zu einigen Fragen bisher noch ein unterschiedliches Verständnis zur Herangehensweise besteht.

### **C5.4 Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen (Relevanz: mittel)**

Der Verband ist ein Verein und im engeren Sinne eine Non Profit Organisation. Unternehmerische Initiativen werden aus haftungs- oder auch steuerrechtlichen Gründen initiiert, aber sofern sinnvoll und notwendig aus dem Verein ausgegliedert und umgesetzt. Die Tochtergesellschaften sind den Zielen des Bioland e.V. verpflichtet und nicht auf Gewinnmaximierung ausgerichtet.

Aufgrund der Rechtsform und der Struktur gibt es keine Ansätze oder Aktivitäten, die MitarbeiterInnen finanziell an Organisationen von Bioland zu beteiligen. Bioland versteht sich unter anderem als Berufsverband, dessen wesentliches Ziel es ist, die Interessen der Mitglieder zu vertreten. Die Einbindung und auch der Einfluss der

MitarbeiterInnen ist nicht Inhalt und Ziel, um die Aktivitäten des Vereins zu entwickeln.

## **D1 ETHISCHES VERKAUFEN**

### **Allgemeines**

Der Bioland-Verband hat die Förderung des ökologischen Landbaus zur Aufgabe. Er hat keinen klassischen Produktvertrieb. **Seine Kunden sind die eigenen Mitglieder**, allesamt Landwirte und Gärtner. Die Dienstleistungen dienen der Beratung und Betreuung der Mitglieder, damit diese den ökologischen Landbau auf ihren Betrieben umsetzen können. Darüber hinaus betreibt der Verband Öffentlichkeitsarbeit und politische Interessensvertretung.

Die Dienstleistungen sind in ihrer Ausgestaltung direkt oder indirekt von den Mitgliedern bestimmt.

### **D1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch)**

Über die Gesamtheit der Leistungen werden die Mitglieder auf Versammlungen, in Verbandsveröffentlichungen und auf der Website informiert. Klassische Werbung gibt es nicht, ebenso wenig Vertriebsanreize oder Provisionen. Beschwerden werden außer in direkter Klärung mit den MitarbeiterInnen über Änderungsvorschläge auf demokratischem Weg weitergeleitet und entschieden.

### **D1.2 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: niedrig)**

Geschäfts- und Finanzberichte werden offen gelegt und in der Delegierten- bzw. Mitgliederversammlung mehrheitlich verabschiedet.

Der innerverbandlichen Revision werden die Produkte, Kalkulationen und die finanziellen Auswirkungen unserer Dienstleistungen und Prozesse offengelegt, die wiederum die Bundesdelegiertenversammlung über die Entwicklungen des Verbandes informiert.

Mit den Dienstleistungen werden auch die Mitgliedsbeiträge, Kosten und Gebühren aufgrund demokratischer Entscheidungen der Gremien festgelegt.

Mitglied bei Bioland kann jede natürliche oder juristische Person werden, die die Aufgaben des Verbandes – die Förderung der ökologischen bäuerlichen Landwirtschaft – unterstützt. Im Umkehrschluss bedeutet das den Ausschluss von solchen, die diese Ziele nicht unterstützen.

### **D1.3 Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung (Relevanz: mittel)**

Der Bioland-Verband ist **basisdemokratisch aufgebaut**. Die Mitglieder schließen sich in regionalen oder fachlichen Gruppen zusammen und bestimmen Delegierte für die Delegiertenversammlungen auf Bundes- und auf Landesebene und wirken an der innerverbandlichen Willensbildung mit. Die Delegiertenversammlungen bzw. Landesmitgliederversammlungen sind die höchsten Entscheidungsgremien. Sie treffen alle wesentlichen Beschlüsse, u.a. bestimmen sie auch die Erzeugungs- und Verarbeitungsrichtlinien und wählen auf Landesebene die Landesvorstände und auf Bundesebene das Präsidium und den Präsidenten.

Die Gremien sind ehrenamtlich besetzt. Mit der zunehmenden Größe und Bedeutung des Verbandes ist die Anzahl der hauptamtlichen MitarbeiterInnen gestiegen. Mit der professionellen Vor- und Nachbereitung der Gremien und der alltäglichen Arbeit des Verbandes haben sie einen wesentlichen Einfluss auf die Ausgestaltung der Dienstleistungen. Doch sind bei vielen relevanten und strategischen Fragestellungen die Mitglieder bzw. deren gewählte Vertreter mit einbezogen.

Der Verband betreibt einen sehr hohen Aufwand für die innerverbandliche Willensbildung. Davon zeugt eine hohe Zahl an Gremien, die hierfür eingerichtet wurden (Bundesfachausschüsse, Finanz- bzw. Personalkommission, Beirat Handel u. Hersteller...)

So liegt die letzte Entscheidung bei einem von Mitgliedern getragenen Verband bei ebendiesen bzw. den gewählten Mandatsträgern.

#### Auflistung von Beispielen an (KundInnen) Mitglieder –(Mit)-Bestimmung

<b>Art der Entscheidung</b>	<b>Wer repräsentiert die KundInnengruppe?</b>	<b>Wer hat wie entschieden?</b>
Beratungsleistungen Beratungspakete, Preisgestaltung	Landesvorstände, erweiterte Landesvorstände	Landesvorstand
Richtlinienentwicklung Erzeuger Richtlinienentwicklung Verarbeitung	Bundesfachausschüsse  Fachbeirat Handel und Verarbeitung und Hersteller	BDV
Marketingmaßnahmen Qualitätsvorgaben	Präsidiumsmitglieder	Präsidium

### **D1.4 Service-Management (Relevanz: mittel)**

In der Ausgestaltung der Dienstleistungen, insbesondere im Bereich der Herstellerbetreuung und Beratung, stehen die Interessen der Klienten im Vordergrund. Zeitnahe, klare und zuverlässige Empfehlungen und Beratungen sind die Maxime. Ziel ist, dass wir für unsere Betriebe/Partner einen Mehrwert generieren.



In der Richtlinienauslegung, Qualitätssicherung wie auch in der Kontrolle / Zertifizierung sind korrekte, nachvollziehbare, aber auch konsequente Umsetzungen unserer eigenen Standards wesentliche Wertmaßstäbe, auf die wir uns in unserem täglichen Handeln fokussieren und woran wir letztendlich von unseren Mitgliedern und Partner in unserem Tun bewertet werden.

## **D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN**

### **Allgemeines**

Es gibt diverse Kooperationen mit anderen Verbänden. Aktuell wird eine engere Zusammenarbeit mit dem Naturland e.V. und der Gaä e.V. angestrebt.

Die Zusammenarbeit mit den Biohotels oder auch dem Naturgarten e.V. wird schon seit einigen Jahren erfolgreich gelebt (gegenseitige Bewerbung und Unterstützung, gemeinsamer Auftritt auf Messen, Projektpartnerschaften,...).

Diese Kooperationen bringen neue Synergien und Möglichkeiten einer effektiveren Zusammenarbeit (Warenaustausch, Kooperationen,...) für unsere Mitglieder mit sich.

### **D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (Relevanz: mittel)**

**Allgemein zugänglich** sind unsere Prozesse wie Richtlinien, Kontrolle oder auch Zertifizierung.

Der von Bioland erstellte Tierwohleitfaden wurde anderen Ökoverbänden zu sehr günstigen Konditionen überlassen. Mit einigen Verbänden wurde zudem eine Vereinbarung getroffen, um die Beratung und Kontrolle bezüglich Tierwohl in 2014 umzusetzen. In einer verbandsübergreifenden Arbeitsgruppe wird dieser Leitfaden weiter entwickelt.

Besonders eng ist die Zusammenarbeit der Bio-Gärtner in der sogenannten „**Ökomene**“. Viele gärtnerische Veranstaltungen, auch die Fortbildungsseminare finden verbandsübergreifend statt. Unter den Gartenbauberatern gibt es eine gemeinsame Wissensdatenbank

### **D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (Relevanz: hoch)**

Die Öffentlichkeitsarbeit und die politische Interessensvertretung werden auf Bundesebene im BÖLW und auf Landesebene in entsprechenden Zusammenschlüssen von den ökologischen Anbauverbänden gemeinsam wahrgenommen.

In Krisen ist die Bereitschaft aller Ökoverbände zur gemeinsamen Bewältigung sehr hoch. Schließlich wirken sich Krisen bei einzelnen Verbänden oder Partnern vielfach auf das Renommee der gesamten Branche aus, so dass es sinnvoll ist, proaktiv zu werden, um weitere Schäden zu minimieren (Bsp. Tierwohlinitiative).

### **D2.3 Kooperatives Marketing (Relevanz: mittel)**

Mit Lizenznehmern und Partnern aber auch mit Mitgliedern gibt es verschiedene Ansätze eines kooperativen Marketings (z.B. Feeds / Blogs über die Bioland Website, Gemeinschaftsanzeigen vor Messen etc.).

Mit den Partnern Biohotels oder auch Naturgarten e.V. betreiben wir gegenseitige Bewerbungen in den unterschiedlichen Publikationen.

Darüber hinaus gibt es bei den Verbänden aus Gründen der Profilierung nur wenige kooperative Marktanstrengungen. Mögliche Ansätze für ein gemeinsames Marketing könnten sich im Rahmen einer gemeinsamen Qualitätssicherung eröffnen. Es gab jüngst Überlegungen, zusammen mit dem BioFair Verein ein **kooperatives Marketing** anzugehen. Aufgrund unterschiedlicher Zielvorstellungen haben wir den Ansatz jedoch nicht weiter verfolgt.

## **D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

### **D3.1 Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz: hoch)**

Der **ökologische Land- und Gartenbau** trägt bei zur Bewahrung der natürlichen Lebensgrundlagen, insbesondere zum Erhalt von Bodenfruchtbarkeit und der Vielfalt von Flora und Fauna, zum Schutz des Grundwassers, sauberer Luft und des Klimas, spart Energie und stützt eine menschen- und tiergerechte bäuerliche Landwirtschaft. Er erbringt damit Leistungen für das Gemeinwohl.

Alle Dienstleistungen des Bioland-Verbandes gründen in diesen Aufgaben.

In den 7 Prinzipien (<http://www.bioland.de/ueber-uns/sieben-prinzipien.html>) sind die Ziele von Bioland formuliert:

- Im Kreislauf wirtschaften
- Bodenfruchtbarkeit fördern
- Tiere artgerecht halten
- Wertvolle Lebensmittel erzeugen
- Biologische Vielfalt fördern
- Natürliche Lebensgrundlagen bewahren
- Menschen eine lebenswerte Zukunft sichern

Derzeit wird an der Konkretisierung und Umsetzung dieser Prinzipien in den einzelnen landwirtschaftlichen Sparten gearbeitet.

Bioland hat in der Branche sehr **hohe Standards** und zielt auf die ständige Weiterentwicklung in diesem Bereich ab (100 % Bio-Fütterung, QHS-System,...).

Erste Ansätze, um die **Nachhaltigkeit der Richtlinienumsetzung** in der Praxis zu messen und die Kontrolle der Betriebe weiterentwickeln, starten aktuell mit einer interdisziplinären Arbeitsgruppe von Verbänden in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

### **D3.2 Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum ( Relevanz: mittel)**

Der Ökologische Landbau geht schonend mit den natürlichen Ressourcen um.

### **D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz: mittel)**

Die **Kommunikation** dieser Inhalte erfolgt über den Internetauftritt, die Bioland-Fachzeitschrift und das umfassende Informationsmaterial, welches beim Verband zu beziehen ist.

Ökologische Aspekte sind der wesentliche Inhalt in der Kommunikation für unsere Produkte/Dienstleistungen und das Alleinstellungsmerkmal schlechthin. Daher kommunizieren wir ständig die ökologischen Aspekte unserer Leistungen.

## **D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNG**

Der Biolandbau als Gegenentwurf zu industrieller Landwirtschaft bietet vielfältigere Möglichkeiten der Betriebsgestaltung und damit auch Platz für kleinere landwirtschaftliche Betriebe, die nicht auf den Zug des Wachstums aufgesprungen sind. Ihnen wird mit Hofverarbeitung und Direktvermarktung die Möglichkeit zu zusätzlicher Wertschöpfung geboten.

### **D4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen (Relevanz: hoch)**

Benachteiligte Gruppen sind im Visier, mögliche Potentiale sind noch zu eruieren. Benachteiligte Gruppe sind bei uns z. B. Kleinbetriebe, Nebenerwerbsbetriebe, bestimmte Betriebsstrukturen (Vielfalt). In Bezug auf Leistungen des Verbandes und Beiträge ist die Betrachtung dieser Gruppen regelmäßig ein Thema.

Für alle Interessierten sind die Veranstaltungen und auch die Gruppentreffen offen. Gewisse Potentiale sind noch vorhanden (z. B. Gruppenzertifizierung...). Diverse Vereinfachungen im Kontroll- und Zertifizierungsverfahren; Regelungen der Beitragsordnung, Mindestlizenzen für Verarbeiter sind allerdings in den letzten Jahren gestiegen.

#### **D4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (Relevanz: mittel)**

Die Aufrechterhaltung von bäuerlichen Strukturen und überschaubaren Vermarktungsstrukturen ist eine wichtige Aufgabe laut Satzung des Verbandes. Daher gibt es eine spezielle Beratung von Direktvermarktern neben der Herstellerberatung, die vor allem die handwerklichen Strukturen betreut. Seit zwei Jahren sind wir in der Lage, die Wertschöpfungskette bis zum Handel intensiver zu betreuen.

In der Erzeugerberatung ist die Betreuungsintensität in der Grundberatung nicht abhängig von der Größe oder finanziellen Leistungsfähigkeit des Betriebes.

Aktuell befasst sich Bioland mit seiner Vertriebspolitik, die nicht nur die Entwicklung bestimmter Vertriebsstrukturen fördern soll, sondern auch gleichzeitig den Premiumcharakter der Marke „Bioland“ sichern soll. Damit erwarten wir auch in Zukunft eine gute Verhandlungsposition der Erzeuger im Hinblick auf Absatzmöglichkeiten und in den Verhandlungen mit den Abnehmern.

### **D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS**

#### **D5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette (Relevanz: hoch)**

Bioland hat – wie die anderen ökologischen Anbauverbände – strenge Richtlinien für Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung entwickelt. Diese waren die wesentlichen Grundlagen für die EU-Bio-Verordnung.

Seitdem arbeitet Bioland kontinuierlich an einer Präzisierung der Standards. Wesentliche Schritte waren die Erfordernis für die Verwendung ökologischen Saat- und Pflanzgutes sowie die 100%ige Biofütterung. Dabei setzt sich Bioland - zusammen mit den anderen Anbauverbänden – für die Aufnahme dieser Verschärfungen in die EU-Bio-Verordnung ein. Ein Beispiel aus jüngerer Zeit ist das Verbot der Verwendung von CMS-Saatgut.

Weitere Beispiele:

- Start der Tierwohlinitiative. Nachdem Bioland eine entsprechende Broschüre und Kontrollstandards entwickelt hat, haben wir dieses Know-How mit den anderen

Anbauverbänden wie Naturland, Demeter und Biokreis vergemeinschaftet und Tierwohlchecks als zusätzliches Prüfelement in der Praxis implementiert.

- Weiterentwicklung des QHS Standards: Im Rahmen der Kooperation mit Naturland wurden die Anforderungen für die Kraffuttermittelproduzenten angehoben. Dieser Standard setzt sich mittlerweile als Branchenstandard durch (Goete e.V.)
- Verbesserung der Standards für Erzeuger und Hersteller im Rahmen der Zusammenarbeit im BÖLW e.V.

### **D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz: mittel)**

Bioland arbeitet zur Erhöhung legislativer Standards sozialer und ökologischer Natur darüber hinaus mit verschiedenen NGOs und auch anderen Interessenverbänden eng zusammen. Die Zusammenarbeit im Dachverband BÖLW und auch in der IFOAM dient dazu, auf Bundes- und EU-Ebene Forderungen in der Ausgestaltung der EU-VO, der Ökoförderung und Gesetzgebung bis hin zu den Rahmenbedingungen für die Biolandwirte zu verbessern. Um bestimmte Forderungen schlagkräftiger durchsetzen zu können, werden weitere Zusammenschlüsse und Kooperationen wie z.B. mit Agrarbündnis, Aktionsbündnis „Meine Landwirtschaft“, DNR genutzt. Ebenso wird punktuell die Zusammenarbeit mit Greenpeace im Kontext Gentechnik und mit dem Pestizid Aktion Network (PAN) im Bereich der Pflanzenschutz forciert, um unsere Interessen durchzusetzen.

### **D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz: hoch)**

Das Geschäftsvolumen, das im Zielfeld dieser Höherwertigkeits-Initiativen liegt, beträgt schätzungsweise ca. 5%.

## E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

### E1.1 Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz: hoch)

Alle genannten Dienstleistungen dienen der Förderung und Weiterentwicklung des ökologischen Landbaus. Dieser trägt bei zum Umweltschutz, insbesondere zum Erhalt von Bodenfruchtbarkeit und der Vielfalt von Flora und Fauna, zum Schutz des Grundwassers, sauberer Luft und des Klimas, schützt natürliche Ressourcen, spart Energie und stützt die bäuerliche Landwirtschaft. Er erbringt damit Leistungen für das Gemeinwohl, der Verband ist indirekt dabei beteiligt.

Welche der **neun Grundbedürfnisse** (nach Manfred A. Max-Neef, siehe Handbuch) werden vom jeweiligen P/D positiv, mehrfach positiv oder negativ erfüllt?

- In erster Linie „Teilnehmen“. Im weiteren Sinne auch die Grundbedürfnisse Verstehen (Forschung u. Entwicklung) und Identität.

In welcher Form dient das P/D dem persönlichen Wachstum der Menschen?

- Ein Schwerpunkt der Arbeit des Verbandes liegt in der Information der Mitglieder, in der Beratungs- und Bildungsarbeit und Vermittlung von Wissen (Forschung u. Entwicklung). Insofern dient der überwiegende Teil auch dem persönlichen Wachstum der Mitglieder

In welcher Form hilft das P/D, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben der Menschen zu fördern?

- Die Basis der engeren Zusammenarbeit der Mitglieder im Berufs – oder auch Privatleben ist der Austausch in der Regional- bzw. Fachgruppe, in der die Mitglieder in regelmäßigen Abständen zusammenkommen und gemeinsame Aktivitäten entfalten. Diese Gruppenarbeit wird aktiv vom Verband aus unterstützt und z.T. auch mit weiteren finanziellen Zuschüssen ausgestattet.

In welcher Relation stehen die Produkte zu Wachstumsgrenzen auf unserem Planeten?

- Für die Dienstleistungen des Verbandes werden wie in jedem anderen Dienstleistungsbetrieb Ressourcen im Bereich Energie, Büro- und EDV-Materialien aufgewendet. Eine weitere Reduktion bzw. Ersatz durch nachhaltig erzeugte Produkte ist das Ziel.

## Hilfreiche Tabelle zur Übersicht

Top 5 angebotene Produkte/ Dienstleistungen (in % des Umsatzes)	Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist es lebensnotwendig? (Dient es dem einfachen Leben, einem guten Leben, oder ist es Luxus?)	Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde	Negative mögliche/ tatsächliche Folgewirkung des P/D
Umstellungs- / Produktionstechnische Beratung (45%)	Die Grundberatung ist suffizient. Sie dient dazu, dass die Mitglieder die Anforderungen an die Mitgliedschaft erfüllen	Nutztiere und Fläche werden der konv. Landwirtschaft entzogen und umgestellt, die Nachfrage nach ökologischen Produkten kann besser bedient werden	Gegebenenfalls entstehen im Rahmen der Umstellung Einkommenseinbußen, die nicht hinreichend kompensiert werden können
Hersteller und Handelsbetreuung (15%)	Unterstützung in der Rohwarenbeschaffung, Richtlinien und Qualitätsfragen. Dienstleistungsangebot. Dient ebenfalls einem guten Leben.	Verbesserung des Lebensmittelangebot es mit biologischen Rohstoffen, Ansprache von neuen Konsumentenkreisen, mehr Absatz von Bio-Produkten	Stärkere Konventionalisierung des Lebensmittelsektors, stärkere Anonymität durch eine wachsende Anzahl an Erzeugern
Interessensvertretung (9 %)	Es dient der Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Entwicklung des ökologischen Landbaus und angesichts der bisherigen falschen Weichenstellung, die eine industrielle und ausbeuterische Landwirtschaft fördern. Es dient einem guten Leben.	Umbau zu einer umweltschonenden Landwirtschaft als Leitbild, Beitrag zur Ernährungssicherung für eine wachsende Weltbevölkerung	Ggf. gelangen andere Ansätze zu einer fairen Ausgestaltung von politischen Rahmenbedingungen zu stark in den Hintergrund (Interessenausgleich auch mit Gruppen, die ähnliche Ziele verfolgen wie wir)
Öffentlichkeitsarbeit (7%)	Tue Gutes und rede darüber!	Aufzeigen von Alternativen zu der herkömmlichen Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion, Stärkung des Absatzes	Unterschiedliche Wahrnehmungen von Realitäten und Bildern einer ökologischen Landwirtschaft, die durch die Öffentlichkeitsarbeit transportiert werden.
Marketing (3%)	Verbesserung der Wertschöpfung für die Produkte der Mitglieder, eigene Profilierung als Verband. Es dient einem guten Leben für die Mitglieder	Stärkung des Absatzes, Unterstützung zur Verbreitung der Idee und Öko-Marktentwicklung	s.o.



Gesunde Ernährung und gute Lebensmittel sind elementare Bedürfnisse. Bioland unterstützt mit seinen Dienstleistungen eine Branche, die ökologische und sinnvolle Produkte an die Konsumenten offeriert. Dabei wird vor allem Wert auf eine umweltschonende Verarbeitung und regionalen Vertrieb gelegt.

Wesentliche Vorteile, die mit dem Verkauf u. Vertriebe unserer Dienstleistungen einhergehen:

- Etablierung und Förderung des ökologischen Landbaus;
- Verbreitung des Wissens über die ökologischen Wirkungen der verschiedenen Formen der Landbewirtschaftung und deren Auswirkungen auf öffentliche Güter wie (Kultur-) Landschaft, Grundwasser, Luft, ökol. Gleichgewicht etc.
- Weiterentwicklung der Problemzonen des ökologischen Landbaus

## **E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen ( Relevanz mittel oder hoch)**

Bei einem Vergleich der Dienstleistungen mit anderen Anbietern im biologischen Bereich (Anbauverbände, Ökoringe oder private ökologische Beratungsinstitutionen) dürften die Unterschiede relativ gering sein. Beratungsdienstleistungen sind z.B. sehr stark von den jeweiligen Kompetenzen des Beraters abhängig, die Inhalte und Instrumente sind weitgehend identisch. Das trifft auch für andere Dienstleistungen wie Schulungen, Seminare oder auch Projektaktivitäten zu, die von Bioland angeboten werden.

Gegenüber konventionellen Beratungsanbietern mit fachspezifischer Beratung werden die Unterschiede offensichtlicher. Die Dienstleistungen haben das Ziel, eine ökologische Ausrichtung des Unternehmens (Umstellungsberatung) zu erzielen oder die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Betriebes in einem nachhaltigen und ökologischen Rahmen sicherzustellen. Dies trifft für den konventionellen Bereich nur im Rahmen des Ordnungsrechts zu. Darüber hinaus steht vor allem der individuelle wirtschaftliche Vorteil im Focus, z.T. zu Lasten des Gemeinwesens (Pflanzenschutz, Düngemittleinsatz, Fruchtfolgegestaltung, etc.)

Bei anderen Dienstleistungen wie bei Tagungen ist das Selbstverständnis, diese ökologisch auszurichten (Catering, Anreise, etc.) ein anderes.

## **E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN**

### **E2.1 Leistungen (Relevanz: hoch)**

Den geldwerten Umfang aller Maßnahmen des gesellschaftlichen Engagements neben den grundsätzlichen Bestrebungen des Verbandes im Interesse der Entwicklung des biologischen Landbaus schätzen wir auf eine Größe von 0,5-1,5% vom Umsatz.

Wir engagieren uns mit kleineren diversen Spenden an verschiedenen Einrichtungen und NPOs (Uni Witzenhausen, Brotbox, Saatgut e.V. ...). Ebenso beteiligen wir uns an verschiedenen Aktionsbündnissen oder auch Kampagnen, um gesellschaftliche Veränderungen zu erreichen (Kein Patent auf Leben, Gentechnik, Demos „Wir haben es satt“, etc.).

Wir sind dabei, eine eigenständige Bioland Stiftung zu errichten. Ziel dieses Engagements ist es, die Entwicklung des biologischen Landbaus voranzutreiben und neben einem eigenen Investment von Bioland e.V. und Landesverbänden in Höhe von 70 T€ weitere Spenden von Unternehmen und anderen Einrichtungen zu akquirieren.

Bioland e.V. engagiert sich auch aus eigenem Interesse heraus. Die Kooperationen oder auch die gemeinnützigen Initiativen dienen vor allem dazu, die Entwicklungsmöglichkeiten und Rahmenbedingungen für den biologischen Landbau zu verbessern. Wir sind davon überzeugt, dass damit weitere Wohlfahrtseffekte für die Gesellschaft und den ländlichen Raum verbunden sind.

### **E2.2 Wirkungen (Relevanz: hoch)**

Die Wirkung unseres Tuns in diesem Bereich ist nachhaltig und in mehreren Feldern nachweisbar. Bioland als Verband und Marke wird bewusst wahrgenommen. Die Bekanntheit der Marke ist bundesweit sehr hoch. Unser politisches u. gesellschaftliches Engagement ist im Vergleich zu Wettbewerbern sehr hoch.

Seit mehr als 40 Jahren ist Bioland politisch und inhaltlich aktiv. Bioland hat mit anderen Verbänden in Deutschland maßgeblich dazu beigetragen, dass ein Wirtschaftsbereich von mehr als 6,5 Mrd. Euro entstanden ist und weiter wächst. Biologische Landwirtschaft ist mittlerweile aus der Nische entschlüpft und Mainstream. Zwar ist noch sehr viel Luft nach oben, aber allein durch die Tatsache, dass dieser Markt sich entwickelt, verändern sich Kundenbedürfnisse und letztendlich damit auch die gesellschaftliche und politische Konstellation.

### **E2.3 Intensität (Relevanz: niedrig)**

Die Ziele unseres Engagements sind in der Satzung des Bioland e.V. grundsätzlich verankert. Unsere Vision ist – Bioland, Landwirtschaft der Zukunft.

Verantwortlich für die Strategie ist das Präsidium, welches auf Vorlage und Ausarbeitungen des Geschäftsführenden Ausschusses die grundsätzliche Ausrichtung maßgeblich beeinflusst

## **E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN**

### **E3.1 Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)**

Zu den ökologischen Auswirkungen unserer Dienstleistungen gibt es keine dezidierten Zahlen. Kennzahlen zu Materialeinsatz, Energie und Wasserverbrauch, Emissionen werden nicht im Detail erfasst und hinsichtlich ihrer Entwicklung verfolgt. Die Größenordnung bewegt sich aber in einem durchschnittlichen und vergleichbaren Rahmen wie bei anderen Dienstleistungs- bzw. Bürotätigkeiten. Beim Bezug von Strom/ Energie wird auf nachhaltige Versorger (Naturstrom,....) Wert gelegt.

<b>Aspekt</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Pro MA</b>	<b>Vergleich Branche</b>
Strom/ Energieverbrauch in KWh	-	-	-
CO 2 Ausstoß aufgrund von Heizung/ Wärme/ Sonstiges	-	-	-
CO 2 Ausstoß aufgrund von Transport	-	-	-
Wasserverbrauch in L/Tag od. Monat	-	-	-
Müll unterteilt in Schadstoffklassen in t	-	-	-
Weitere Emissionen in entsprechender Maßeinheit	-	-	-

### **E3.2 Relative Auswirkungen (Relevanz: hoch)**

Angesichts der ungenügenden Datengrundlage lassen sich aktuell die absoluten und ebenso auch die relativen Auswirkungen nicht genau abschätzen. Da Bioland e.V. ein dienstleistungsorientiertes Unternehmen ist, kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die ökologischen Auswirkungen der Tätigkeiten von Bioland relativ gering sind.

### **E3.3 Management und Strategie (Relevanz: hoch)**

Das Prinzip der Nachhaltigkeit / Umweltverträglichkeit ist ein wichtiger Maßstab in der grundsätzlichen Ausrichtung des Verbandes. Mögliche potentielle schädliche Umweltwirkungen des Verbandes liegen im Bereich der Mobilität (Dienstreisen), Materialien zur Aufrechterhaltung des Bürobetriebs (Strom, Büromaterialien, ...) und dem Konsumverhalten von Mitarbeitern und Mitgliedern / Partnern bei Veranstaltungen des Verbandes.

Hierzu gibt es Vorgaben, die von den Mitarbeitern einzuhalten sind:

- Dienstreisevereinbarung
- Einkaufsleitlinien

Zur Zeit bestehen keine besonderen Vorgaben zur Reduktion der ökologischen Auswirkungen von Aktivitäten der Mitarbeiter des Bioland e.V. Bioland e.V. lässt sich nicht nach ISO 14001, EMAS oder einem vergleichbaren Standard zertifizieren.

Hier bestünde jedoch noch Potential für konkrete Strategien und Maßnahmen, um z.B. die ökologischen Auswirkungen im Geschäftsbetrieb zu reduzieren (Reiseaufkommen, Ressourcenverbrauch,...).

## **E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG**

### **Allgemeines**

Ziel der Bewegung ist die Entwicklung des biologischen Landbaus. Der Verband ist daher so ausgerichtet, dass die wesentlichen Felder, die für die Entwicklung der landwirtschaftlichen Unternehmen wichtig sind (angefangen von der Vermarktung, Beratung bis hin zum Lobbying), ausreichend vom Verband bearbeitet werden.

Leistung heißt für den Verband, einen möglichst hohen Nutzen für die Mitglieder und Partner zu erzielen.

Eine Kapitalrendite steht somit nicht im Mittelpunkt der strategischen Ausrichtung, vielmehr der Mehrwert für Mitglieder und Partner.

### **E4.1 Außenausschüttung (Relevanz: hoch)**

Bioland ist ein Verein mit Mitgliedern und hat keine externen Eigentümer. Es erfolgt keine Ausschüttung von Überschüssen, weder an Externe noch an Mitglieder. Ebenfalls erfolgt keine Gewinnausschüttung an die Arbeitnehmer.

### **E4.2 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung**

Überschüsse, die der Verband zum Ende des Jahres realisiert, werden jährlich vollumfänglich auf das Folgejahr vorgetragen und dienen in erster Linie der Stabilisierung und Liquiditätssicherung des Verbandes. Damit werden die Überschüsse wiederum in die Entwicklung der Bewegung investiert.

## **E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG**

Öffentlichkeitsarbeit ist wesentlicher Teil der Arbeit des Bioland-Verbandes. Insofern publiziert der Verband ständig Infos, Nachrichten oder Pressemitteilungen über seine Aktivitäten. Hierzu wurde in den beiden Vorjahren die Website einem umfassenden Relaunch unterzogen und Social-Media Elemente in die Website integriert. Umfangreiche Anlagen und Downloads bieten dem Leser eine Fülle von Möglichkeiten, sich über die Inhalte, Strukturen, Schwerpunkte und Ergebnisse unserer Arbeit als auch unserer Mitglieder zu informieren. Eine eigene Online-Redaktion nimmt ökologische oder gesellschaftliche Themen jeden Monat in den Fokus ihrer Betrachtung. In Form von Hintergrundberichten, Reportagen oder auch Interviews werden die Themen für die Leser aufbereitet - Bioland positioniert sich so zu vielen Fragen. Gleichzeitig verweisen wir auf Lösungsansätze und auch auf die Vorteile einer ökologischen Lebensmittelherstellung. Die Kommunikation mit Verbrauchern – ob Email, Telefon oder Blogs - ist ein wesentliches Element in unserer Arbeit und dient dazu, über Transparenz Vertrauen zu Bioland und seinen Mitgliedern zu entwickeln.

Die meisten Veranstaltungen (Seminare, Schulungen, Fachtagungen) sind öffentlich und dienen der Wissensvermittlung.

Die Tätigkeiten des Verbandes werden zusammenfassend in Geschäftsberichten [http://www.bioland.de/fileadmin/dateien/HP\\_Dokumente/Flyer\\_und\\_Broschueren/Jahresbericht\\_2014\\_final\\_WEB.pdf](http://www.bioland.de/fileadmin/dateien/HP_Dokumente/Flyer_und_Broschueren/Jahresbericht_2014_final_WEB.pdf) veröffentlicht. Zu den finanziellen Entwicklungen des abgelaufenen Jahres wird ein Finanzbericht erstellt, der nur für Mitglieder und Mitarbeiter zugänglich ist.

Die „Unternehmensentscheidungen“ bei Bioland e.V. werden in den entsprechenden Gremien (Delegiertenversammlungen, Präsidium, Vorstände oder auch Ausschüsse) getroffen. Die Ansprüche der Verbraucher und anderer Gruppen spielen jedoch in der Entscheidungsfindung eine sehr bedeutende Rolle. Für Entscheidungen werden diese Gruppen aber nicht aktiv einbezogen.

### **E5.1 Transparenz**

Bisher wurde noch kein Gemeinwohlbericht erstellt oder veröffentlicht. Es wurde lediglich ein Einstiegsbericht auf Basis des Jahres 2013 erarbeitet. Mit 2014 wird nun erstmalig ein Bericht erstellt und veröffentlicht.

### **E5.2 Mitbestimmung**

Ein wesentliches Aufgabenfeld von Bioland ist die Begleitung der Betriebe und Hersteller bei der Einhaltung der Richtlinien. Ob die Richtlinien eingehalten werden, überprüfen unabhängige Kontrollstellen. Die Auswertung der Ergebnisse im Rahmen

der Zertifizierung wird von der Anerkennungskommission durchgeführt. Die Mitglieder dieser Anerkennungskommission werden von der Delegiertenversammlung gewählt. Sie setzt sich aus drei Mitgliedern neben dem Vorsitzenden sowie weiteren drei Sachverständigen aus den Bereichen Verbraucher-, Umwelt- und Naturschutz sowie Biohandel zusammen. Sie entscheiden möglichst konsensual, ob der Betrieb / Hersteller das Zertifikat erhalten kann und ggf. in welcher Form die Richtlinienabweichungen sanktioniert werden sollten. Die Struktur dieses Gremiums ist so angelegt, dass eine möglichst hohe Transparenz im Bereich der Bioland Zertifizierung sichergestellt ist.

## AUSBLICK

### KURZFRISTIGE ZIELE

Das Thema Mensch bearbeiten wir schwerpunktmäßig innerhalb des Verbandes in 2015 und 2016. Ziel ist es, den Menschen im Biolandbau stärker in den Fokus der Betrachtungen zu stellen. Die Gemeinwohlökonomie bietet hierzu interessante Ansätze, den Verband sozioökonomischer auszurichten. Durch die aktuelle Analyse und ein externes Audit wird angestrebt, die Defizite und Potentiale offenzulegen.

### LANGFRISTIGE ZIELE

Mittelfristig und langfristig ist es das Ziel, den Verband stärker gemeinwohlorientiert auszurichten.

## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Erstellt wurde der Bericht von ...

- Andrea Niemeier, Controlling
- Carola Beyerle, Assistenz Geschäftsführung
- Heiko Pohl, Qualitätssicherung
- Harro Colshorn, Bioland Mitglied
- Gregor Pöpsel, Geschäftsführung

... über einen Zeitraum von Februar - August 2015

Ca. 250 Personen Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet.

Bislang wurde der Bericht noch nicht intern kommuniziert. Der Einstiegsbericht des vergangenen Jahres wurde im Führungskreis kommuniziert.

Datum: September 2015