

GEMEINWOHL + NACHHALTIGKEITS BERICHT

2019/2020



» Aktives Mitglied der

**GEMEINWOHL
ÖKONOMIE** 
Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

» Zertifiziertes
Umweltmanagement-
system nach



Inhalt

Inhalt	2
Vorwort.....	5
Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	6
Produkte.....	11
Dienstleistungen.....	12
Unternehmen und Gemeinwohl	13
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	20
A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	23
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant:innen	24
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette	26
A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant:innen	28
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette 	29
A3.2 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette 	31
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant:innen	31
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	35
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung	38
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	38
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner:innen.....	40
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	41
B2.2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln	46
B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen 	46
B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung	51
B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen 	52
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	59
B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme	60
C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur.....	60
C1.2 Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz	64
C1.3 Diversität und Chancengleichheit.....	66
C1.4 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	70
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes.....	71
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit.....	72

C2.3 Ausgestaltung von Arbeitsverhältnis und Work-Life Balance.....	74
C2.4 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	75
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit 🌱.....	77
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz 🌱.....	78
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung 🌱.....	80
C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens 🌱.....	83
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz.....	84
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte	86
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden	87
C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	91
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund:innen	92
D1.2 Barrierefreiheit	97
D1.3 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen	98
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen	99
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen.....	105
D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	107
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz) 🌱.....	108
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz).....	109
D3.3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen.....	110
D4.1 Kund:innenmitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung.....	111
D4.2 Produkttransparenz.....	114
D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....	117
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben	118
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	121
E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	130
E2.1 Steuern und Sozialabgaben	131
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	132
E2.3 Negativaspekt: Illegitime Steuervermeidung.....	134
E2.4 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention	135
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management und Strategie 🌱.....	138
E3.2 Relative Auswirkungen.....	153
E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastung 🌱.....	154
E4.1 Transparenz.....	155

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung	158
E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	159
Ausblick.....	161
EU-Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)....	162
Prozess zur Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	163
Erklärung des Umweltgutachters 	165
Abbildungsverzeichnis.....	166
Tabellenverzeichnis.....	167
Impressum	168

EMAS-Bezug



Im Inhaltsverzeichnis sowie bei den Kapitelüberschriften sind Passagen mit Relevanz für die EMAS-Umwelt-erklärung mit der rechts abgebildeten Blume gekennzeichnet.



Vorwort

Der hier vorliegende **Gemeinwohl- und Nachhaltigkeitsbericht** zeigt die Entwicklungen der vergangenen Jahre mit Blick auf Gemeinwohl und Nachhaltigkeit anhand von Zeitreihen auf. Erstmals haben wir dabei Indikatoren und Entwicklungen zu Gemeinwohl-Ökonomie und Umweltmanagement gemäß EMAS und ISO 14001 in einem Bericht integriert. Der Bericht enthält auch die **Umwelterklärung des Unternehmens**. Er dient uns als Basis für Planungen und als Grundlage für die Gespräche mit interessierten Bezugsgruppen.

Eine Kernaufgabe von BODAN ist die erfolgreiche **Vermarktung von Bio-Produkten** – vorzugsweise aus der Region, produziert nach den Richtlinien der Anbauverbände Demeter, Bioland und Naturland, die sich durch besondere Mehrwerte auszeichnen. Damit leisten wir u.a. einen Beitrag zur **aufbauenden Kultivierung landwirtschaftlich genutzter Böden und anderer natürlicher Ressourcen** – in der Region und weltweit. Die Wirkung dieses Engagements von BODAN spiegelt sich u.a. wider in den Daten zur Entwicklung der ökologischen Landwirtschaft in Baden-Württemberg (LEL Schwäbisch Gmünd): In den uns umgebenden Landkreisen (FN, KN, RV) war der Anteil ökologisch bewirtschafteter Flächen an der Gesamt-Ackerfläche in letzten Jahren (2011-2018) stets überdurchschnittlich hoch und die Anzahl der Öko-Betriebe ist stetig gewachsen. Zu dieser positiven Entwicklung hat die wachsende und stetige Nachfrage von BODAN für die Naturkostläden und ihre Kunden:innen in Baden-Württemberg und Bayern mit beigetragen.

Der hohe Anteil an Lebensmitteln mit **Mehrwerten, die über die reine Bio-Auslobung hinausgeht**, ist für uns Grund zur Freude und Verpflichtung zugleich. Über viele Jahre wurde dieses Niveau durch die aktive Pflege und Intensivierung von Partnerschaften in der Region und darüber hinaus erarbeitet. Wir werden uns als Unternehmen mit unseren Mitarbeitenden auch in Zukunft dafür einsetzen, dass landwirtschaftliche Flächen so ökologisch wie möglich bewirtschaftet werden und auch darüber hinaus zu einer „enkeltauglichen“ Regionalentwicklung beitragen. Gleichzeitig arbeiten wir kontinuierlich daran, umweltbelastende Emissionen, die durch unseren Geschäftsbetrieb entstehen, weiter zu reduzieren und Prozesse zu dekarbonisieren.

Die **Grundsätze der Gemeinwohl-Ökonomie** (Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz und Mitentscheidung) sind uns wichtige Wegweiser – bei unternehmerischen Entscheidungen wie auch beim Entwickeln und Umsetzen nachhaltiger Lösungen. Das bis heute Erreichte ist für uns Anreiz und Ansporn, die Ergebnisse abzusichern, neue Ziele zu stecken und entschlossen weiter voranzugehen.



Hierauf freut sich auch in diesem Jahr die gesamte BODAN-Geschäftsleitung zusammen mit den Nachhaltigkeitsmanagerinnen Jasmin Meyer und Annika Woltjen und mit vielen weiteren engagierten Mitarbeitenden.

Volker Schwarz

Geschäftsführer der BODAN Großhandel für Naturkost GmbH

Sascha Damaschun

Hinweis: Dieser Bericht bezieht sich auf den Stammsitz der Firma BODAN Großhandel für Naturkost GmbH in Überlingen am Bodensee.

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	BODAN Großhandel für Naturkost GmbH
Rechtsform:	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Branche:	Bio-Lebensmittelwirtschaft
Firmensitz:	Überlingen am Bodensee
Weitere Standorte:	+ Umschlag- und Leergutlager in Garching bei München + Umschlaglager in Möglingen
Gesamtzahl der Mitarbeitenden:	2019: 233 2020: 226 (Personenzahl der Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügig Beschäftigten)
Vollzeitäquivalente:	2019: 195 2020: 189
Saison-/Zeitarbeitende:	Keine
Umsatz:	2019: 80,5 Mio. Euro 2020: 96,6 Mio. Euro
Jahresüberschuss:	2019: 342,2 Tsd. Euro 2020: 1.058,3 Tsd. Euro
Büro- und Sozialflächen	1.647 m ²
Kühl- und TK Fläche	2.527 m ²
Gesamtkühlfläche	3.650 m ² (inkl. Versand & Wareneingang)
Lagerhaltungsfläche	7.650 m ²
Tochtergesellschaften:	Bonatrans GmbH
Verbundene Unternehmen:	Die BODAN GmbH ist bei 17 Unternehmen in Deutschland mit einer Minderheitsbeteiligung engagiert: <ul style="list-style-type: none"> - Die Regionalen GmbH - KorBio GmbH (ab 2021) - Bildungsnetzwerk für Naturkost GmbH - Gesellschaft für Bio-Marktentwicklung mbH - DATA NatuRe eG - Naturkost Nord - Naturkost Schramm - EPOS Biopartner Süd GmbH - Naturata AG - Tagwerk GmbH - Tagwerk eG - Tagwerk Markt Schwaben Naturkost GmbH - Regionalwert AG - Regionalwert Biomarkt Breisach GmbH - Regionalwert Biomarkt Waage GmbH - Regionalwert Immo Freiburg GmbH & Co. KG - GLS e. G.
Berichtszeitraum:	2019-2020

Kurzprofil

Die BODAN Großhandel für Naturkost GmbH (nachfolgend kurz BODAN) **gehört zu den Pionieren der ökologischen Lebensmittelwirtschaft**. Seit über 30 Jahren versorgen wir selbständige Hof- und Naturkostläden mit 100 Prozent Bio-Waren und Services, die deren Marktposition stärken. Unser Pioniergeist ist dabei bis heute lebendig.

Als Öko-Großhändler transportieren wir nicht nur Waren. Wir sind auch **Werte-Botschafter und Entwicklungspartner** – für Lieferant:innen, Kund:innen und Regionen. Mit dem Ziel nachhaltige Wertschöpfungskreisläufe partnerschaftlich zu gestalten, verbinden wir Akteur:innen vom Acker bis zum Teller.

Durch **maximale Transparenz** – vom Acker bis zum Einkaufskorb – und neue Formen der **Co-Finanzierung** ermöglichen wir es Konsument:innen und Naturkostläden, Handelsentscheidungen verantwortungsbewusst zu treffen und **Produktionsstrukturen aktiv mitzugestalten**. So fördern wir gemeinsam mit unseren Partner:innen die ökologische Landwirtschaft und engagieren uns für die **Stärkung unserer Lebensgrundlagen**: fruchtbare Böden, Artenvielfalt und eine gesunde Umwelt.

Die **regionale Herkunft von Lebensmitteln** ist für uns ein entscheidendes Kriterium für Nachhaltigkeit im Naturkosthandel. Diese Regionalität ist uns so wichtig, dass wir in besonderen Situationen Mischkalkulationen einsetzen, um Obst und Gemüse aus der Region den Weg in den Markt zu erleichtern. **Regionale Erzeugungs- und Vermarktungs-Strukturen fördern wir** durch aktive Nachfrage, partnerschaftliche Anbauplanung, Kooperationen und vielfältige Kommunikationsmaßnahmen (am Bodensee z.B. im Rahmen des Netzwerks „WIR. Bio Power Bodensee“, in Bayern mit der Tagwerk Genossenschaft, am Oberrhein und im Schwarzwald mit der Regionalwert AG Freiburg).

Fortlaufend investieren wir in alternative, umweltschonende Fuhrparktechnologien. Wir realisieren Lösungen für **Grüne Logistik mit Modellfunktion für die Bio- und Lebensmittelbranche**.

Mit zukunftsweisender Lager- und Transportlogistik samt eigener Kühl-LKW-Flotte sorgen rund 220 Mitarbeitende dafür, dass die Ware täglich frisch in die Läden kommt. So versorgen wir **mehr als 550 Verkaufsstellen in Süddeutschland, Österreich und Südtirol**.

Der **BODAN-Wertefluss** (siehe Abbildung 1) veranschaulicht unsere Unternehmensphilosophie.

Abbildung 1: Der BODAN Wertefluss

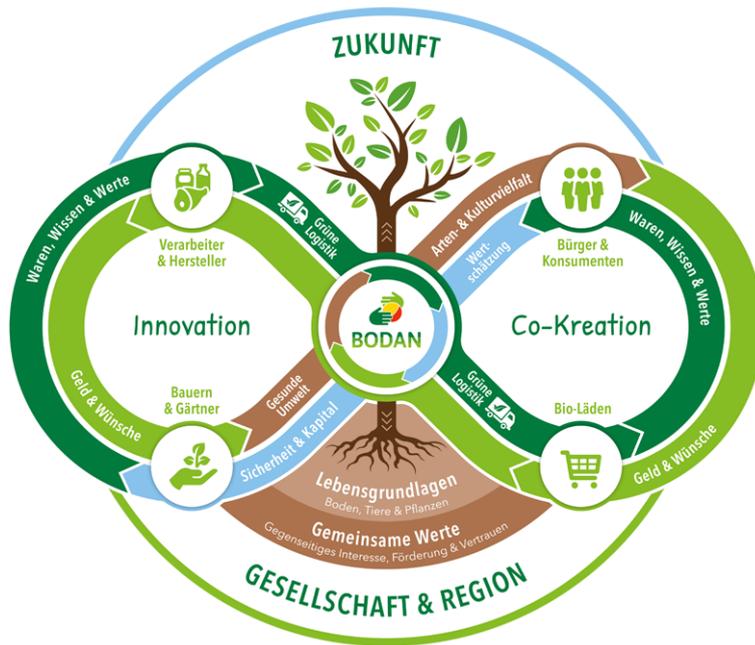


Abbildung 2: Luftaufnahme Firmengebäude und Betriebsgelände in Überlingen



Abbildung 3: BODAN Geschäftsleitungskreis

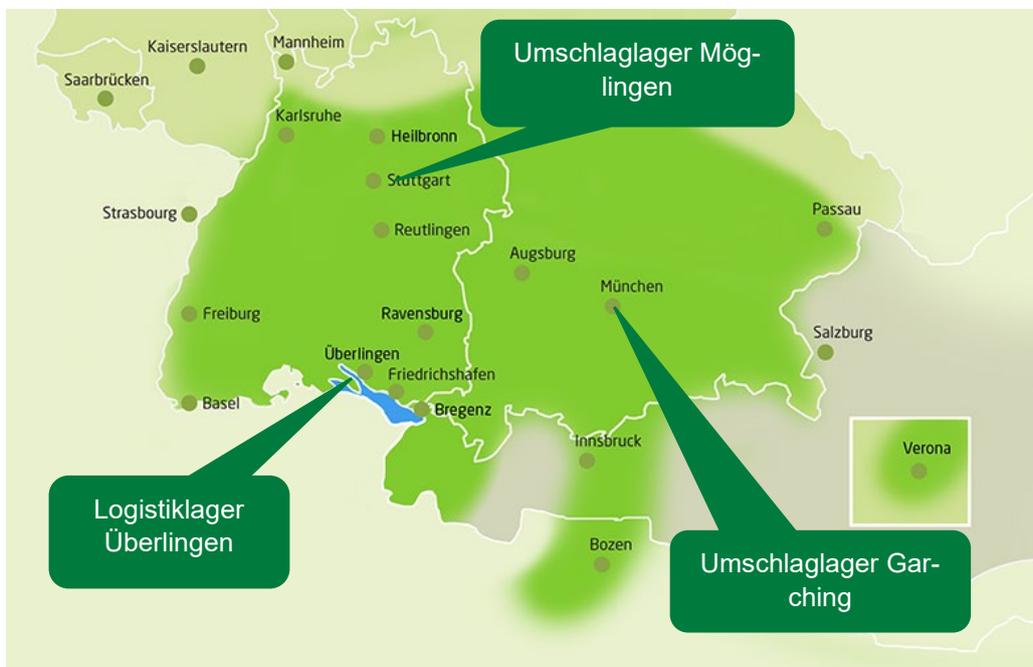
Iris Koch, Jan Pfäffle, Volker Schwarz, Sascha Damaschun, Steffen Wolf (v.l.n.r.)



Vertriebsgebiet

Unser Vertriebsgebiet konzentriert sich auf unsere **Heimatregion Süddeutschland** und reicht im Südosten nach Italien und Österreich hinein (siehe Abbildung 4). Die Belieferung von Bio-Läden in der Nordhälfte Deutschlands überlassen wir gerne dort beheimateten Großhändlern, damit regionale Bezüge gestärkt werden.

Abbildung 4: BODAN Standorte und Vertriebsgebiet



Positionierung im Marktumfeld

Unter den Naturkostgroßhändlern in Deutschland bewegt sich BODAN im Mittelfeld der Top-10 (nach Umsatz).

Abbildung 5: TOP 25 Naturkostgroßhandel

Rang	Name	Umsatz (in Mio. Euro)		
		2016	2015	2014
1	Dennree GmbH	565 ¹	515 ¹	460 ¹
2	Weiling GmbH	206	198	177,7
3	Terra Naturkost Handels KG	k.A.	k.A.	117,0
4	Rinklin Naturkost GmbH	78,8	78,2	73,2
5	Lehmann Natur GmbH**	k.A.	k.A.	73,1
6	Bodan GH f. Naturkost GmbH	71,8	68,6	61
7	Grell Naturk. GmbH & Co. KG	71,5	71,4	70,1
8	Bio Tropic GmbH**	k.A.	66,6	62,8
9	Ökoring Handels GmbH	66,9	63	58
10	Biogarten Handels GmbH	59,6	59,2	55,3
11	Naturk. Elkershausen GmbH	k.A.	53,7*	52*
12	Naturkost West GmbH	k.A.	44,7*	46,7*
13	Hako Willmann-pax an**	k.A.	35*	33,7
14	Pural Vertriebs GmbH ²	35,3	33,5	29,2
15	Riegel Weinimport	35	32	30
16	Naturkost Erfurt**	k.A.	32,2*	28,9*
17	Nk Schramm Import/Exp.**	k.A.	k.A.	k.A.
18	Süd West Bio (gegr. 2015)	26	k.A.	-
19	Midgard NK & Ref. GmbH	23,7	19	16,3
20	Landlinie Lbm-Vertrieb**	k.A.	20,9	17,8
21	Kornkraft Naturkost GmbH	21	19,6	17,5
22	Phönix GmbH	17,6	16,5	16,2
23	Naturkost Nord GH GmbH	14,1	14	13
24	Ökofrost GmbH	13,4	12,4	11,1
25	Chiemgauer Nkh GmbH	12,2	11,7	11,8

Rangliste nach Umsatzerlösen 2016/Schätzungen

Zeichenerklärung:

* = Zahl geschätzt; ** = Rang geschätzt; ¹ = geschätzter Umsatzanteil vom Konzernumsatz (2016: 920 Mio Euro); ² = Gesamtumsatz *Klaus-Pural* 2016: 172 Mio Euro; k.A. = keine Angabe

Wegen teils fehlender Angaben kann die tatsächliche Reihenfolge abweichend von dieser Tabelle sein. (Firmen, die Umsatzangaben gemacht haben, sind gefettet)

Quelle: Biohandel, Nr. 06/2017 (im Anschluss wurde die Erstellung dieser Übersichten eingestellt).

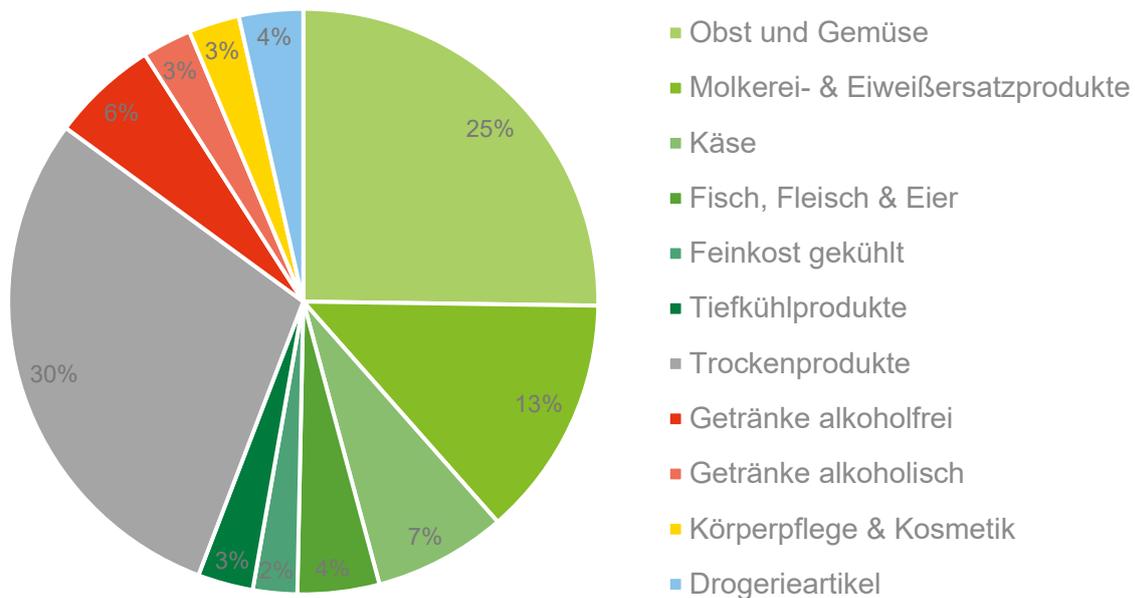
Produkte

Vielfalt und Frische

Das Vollsortiment von BODAN umfasst über **12.000 täglich lieferbare Artikel** – von frischem Obst und Gemüse über Fleisch-, Käse- und Molkereiprodukte bis hin zu Kosmetik. **Mehr als 50 Prozent** des Umsatzes von derzeit rund 96,6 Millionen Euro (Warenerlöse gemäß Jahresabschluss 2020) entfällt auf **Frischwaren und Molkereiprodukte** (siehe Abbildung 6).

Abbildung 6: Großer Frische-Anteil

(Umsätze nach Warengruppen im Jahr 2020 in % des Gesamtumsatzes)



100% Bio – am besten aus der Region

Sämtliche Waren sind **Bio-zertifiziert**, vorzugsweise nach den besonders hohen Standards der Anbauverbände Demeter, Bioland und Naturland. BODAN ist einer der Vollsortiment-Großhändler mit einem besonders hohen prozentualen Umsatzanteil von rund 20% an Demeter-Produkten im Gesamtortiment.

Dabei bevorzugt das Unternehmen **saisonale Lebensmittel aus der Region**. So bleiben Zusammenhänge in der Wertschöpfungskette erfahrbar, Transportwege möglichst kurz, Früchte und Gemüse gelangen erntefrisch in die Läden.

Tabelle 1: Anzahl Lieferant:innen

(Stand September 2020)

Liefer-Betriebe	Anzahl
Insgesamt	617
In Deutschland ansässig	497
WIR. Bio Power Bodensee (Anbauende aus der Region)	>18

Dienstleistungen

BODAN versorgt selbständige Naturkostläden nicht nur mit Bio-Produkten, sondern auch mit Services, die deren Marktposition stärken.

1. Strategie- und Fachberatung

Strategie- und Fachberater:innen identifizieren gemeinsam mit den Naturkostläden für sie **gewinnbringende Angebote** und entwickeln **wertorientierte Lösungen**, die ihre Kundenschaft überzeugen.

Strategie & Technik:

- » Gründungs-Beratung
- » Finanzierungs-Beratung
- » IT- und Kassen-Beratung
- » Sortiments-Beratung + Category-Management
- » Marketing-Beratung

Fachberatung:

- » Fachberatung Naturkosmetik
- » Fachberatung Obst & Gemüse
- » Fachberatung Käse- & Frischetheke
- » Fachberatung Unverpackt

2. Täglicher Kunden-Service und Warenfluss

Im BODAN-Online-Shop können Bio-Läden rund um die Uhr bestellen. Ergänzend erhalten Sie bei Bedarf zu jeder Bestellung eine persönliche Beratung. Ein 14-köpfiges Kunden-Service-Team am Hauptsitz in Überlingen beantwortet Fragen und informiert über tagesaktuelle Lieferbarkeit, Qualitäten oder attraktive Angebote.

Eine persönliche, ladenindividuelle Beratungsperson hat dabei immer ein Auge darauf, dass Aufträge reibungslos abgewickelt werden, damit die Waren zum Wunschtermin im Laden ankommen.

3. Kurativer Einkauf

Das Einkaufsteam sorgt für eine gute Komposition des Produktsortiments mit Waren, die mit ihrer Qualität überzeugen und damit Bio-Läden Orientierung bieten in der wachsenden Fülle an Bio-Angeboten. Zugleich sorgen die Einkäufer:innen für die tägliche Verfügbarkeit.

4. Bereitstellung von Werbematerial und Ausstattung zu günstigen Konditionen

Damit Bioläden **Synergien und Preisvorteile in den Bereichen Marketing, Präsentation und Ladentechnik** nutzen können, bündelt BODAN die Kräfte mit elf weiteren regionalen Naturkost-Großhändlern im bundesweiten Netzwerk „[Die Regionalen](#)“.

Unter dem Dach dieses Netzwerks stellen wir das ganze Spektrum nachhaltiger Materialien und Ausstattungen bereit – von Einkaufstaschen und Brot-Tüten über Flyer mit Aktionsangeboten bis hin zu Kühlgeräten, Kassen und Waagen. Viele der Werbemittel sind dabei individualisierbar.

5. Grüne Logistik

Die Logistik-Lösungen von BODAN sorgen dafür, dass die Bio-Waren zum Wunschtermin in den Bio-Läden sind. Dabei investieren wir fortlaufend in neue, alternative Technologien, damit ökologisch erzeugte Lebensmittel auch möglichst umweltschonend bis zum Einkaufskorb gelangen.

6. Begegnungs-Plattformen

BODAN bietet Plattformen, auf denen sich die verschiedenen Akteure aus dem Wertschöpfungskreislauf begegnen, Informationen austauschen, Interessen abstimmen und neue Formen der Zusammenarbeit entwickeln.

- » BODAN-Hausmesse (Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette)
- » BODAN-Lounge auf den Fachmessen (Bio-Süd & Biofach)
- » BODAN Partnerforum (Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette)
- » BODAN-Zukunftslabor (Kund:innenmitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung)
- » Exkursionen und andere Veranstaltungen, insbesondere im Netzwerk „WIR. Bio Power Bodensee“ (Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen)
- » Forum Grüne Logistik (2017, 2018 & 2019)

Unternehmen und Gemeinwohl

Gemeinwohl-Orientierung

Die Gemeinwohl-Orientierung ist **in der Unternehmenssatzung** von BODAN fest **verankert**. Sie dient uns als Leitstern bei unseren Entscheidungen, bei der Weiterentwicklung des Unternehmens und dem Ausloten von Verbesserungspotentialen.

Als eines der ersten Unternehmen in der Region hat BODAN bereits **2011 die erste Gemeinwohl-Bilanz** erstellt. Im Rahmen des Audits zur jüngsten Gemeinwohl-Bilanz im Januar 2018 wurde uns ein **hoher Reifegrad des gemeinwohlorientierten Wirtschaftens** bescheinigt. Das Testat – die vom Auditor geprüfte Gemeinwohl-Bilanz – spiegelt wider, auf wie vielen Feldern BODAN Vorbildstatus (Reifegrad > 60%) erreicht hat. Dazu gehören: Gerechte Einkommensverteilung, Ethische Kundenbeziehung, Ökologische Produktgestaltung, der Beitrag zur Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards wie auch die Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung.

Auf allen Ebenen bringen sich Mitarbeitende bei der **kontinuierlichen Verbesserung** der Prozesse im Sinne des nachhaltigen Wirtschaftens und der Gemeinwohl-Orientierung ein.

Systematisch werden **weitere Potenziale offengelegt**, u.a. mit Hilfe

- » der Gemeinwohl-Bilanz (seit 2011)
- » dem Nachhaltigkeits-Monitor des Bundesverbands Naturkost Naturwaren e.V. (regelmäßige Teilnahme zwischen 2012 und 2018)
- » dem CO2-Fußabdruck (regelmäßig erstellt seit 2013)
- » einem Umweltmanagement gemäß EMAS und ISO 14001:2015 (seit 2016).

Wichtige Aspekte der Gemeinwohl-Orientierung bei den Kernaktivitäten von BODAN:

- » **Gesellschaftliche Wirkung:** Wir bringen die ökologische Landwirtschaft und Lebensmittelherzeugung voran. Durch aktive Nachfrage und eine gute Vermarktung ökologischer Naturkost verbessern wir die Ertragschancen „echter“ Bio-Höfe und selbständiger Naturkost-Einzelhändler. Unsere Kund:innen sind unabhängige Naturkost-Einzelhändler. Im Schnitt sind das Läden kleineren Zuschnitts, die als Orte der persönlichen Begegnung und des Informationsaustauschs eine wichtige Funktion in der regionalen Wertschöpfungskette übernehmen.
- » **Sozial-ökologische Produktauswahl:** Wichtige Qualitätskriterien bei der Produktauswahl sind ökologische Produktion (Verbandsware, also „Premium-Bio-Qualität“ bevorzugt), regionale Herkunft der Waren, Nachhaltigkeit sowie Sozialstandards in Anbau und Verarbeitung, Tierwohl, Auswirkungen auf Gesundheit, Artenvielfalt, Wasser und Bodenfruchtbarkeit.
- » **Mitarbeitenden-Orientierung:** Unsere Mitarbeitenden werden fair entlohnt und profitieren von zahlreichen freiwilligen Zusatzleistungen. Flexible Arbeitsmodelle und Gleitzeit sorgen für eine ausgewogene Work-Life-Balance. Ökologische Angebote wie unsere betriebseigene Kantine und Jobrad werden gerne angenommen.
- » **Mitbestimmung unserer Partner:innen:** Bei vielen wichtigen Entscheidungen sitzen unsere Kund:innen und Lieferant:innen mit am Tisch. So gibt es regelmäßige Treffen mit unseren Anbaupartner:innen am Bodensee sowie eine gemeinsame Anbauplanung. Unsere Partnerläden bestimmen zweijährig einen Partnerbeirat, der ihre Interessen vertritt und mit dem wir uns über alle wesentlichen Handelsinstrumente abstimmen.
- » **Beziehung zu Kund:innen:** Wir stärken den selbständigen Naturkost-Einzelhandel durch partnerschaftliche Zusammenarbeit und Know-how-Transfer in Form von Beratung und Seminar-Angeboten. Dabei nehmen wir uns viel Zeit, um alle Kund:innen entsprechend ihrer individuellen Profile optimal zu unterstützen. Wir beliefern keine Discounter, Konzerne und überregional agierenden Filialisten.

Wesentlichkeitsanalyse

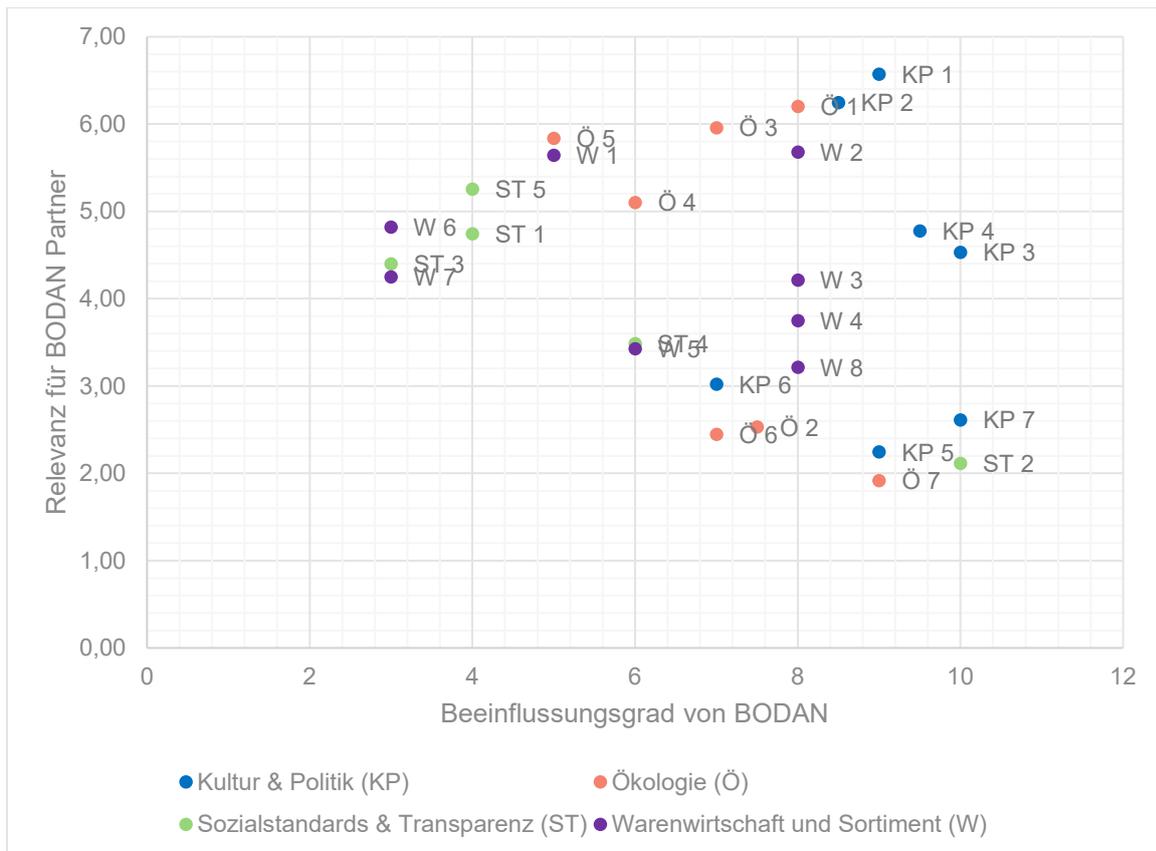
Um Handlungsfelder zu identifizieren, auf denen wir mit Blick auf die Nachhaltigkeit **effektiv und für unsere Stakeholder nutzbringend** wirksam werden können, haben wir im Berichtszeitraum eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Hierfür haben wir insgesamt **27 Themengebiete** identifiziert auf den Feldern „Kultur & Politik“, „Ökologie“, „Warenwirtschaft und Sortiment“ sowie „Sozialstandards und Transparenz“. Hersteller:innen und Kund:innen haben wir dazu befragt, wie relevant diese Themengebiete für sie als externe Stakeholder sind. Die Bewertung der Stakeholder haben wir dem Grad der möglichen Beeinflussung durch BODAN gegenübergestellt. Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse wollen wir künftig berücksichtigen, wenn es darum geht, Prioritäten im Nachhaltigkeitsmanagement zu setzen: Je höher die Relevanz für unsere Partner:innen und unsere Einflussmöglichkeit, desto höher die Priorität.

Tabelle 2: BODAN Wesentlichkeitsanalyse 2020

Je höher das Ranking, desto höher der Beeinflussungsgrad durch BODAN bzw. die Relevanz für unsere Partner:innen.

Themengebiete		Ranking
Förderung der Regionalentwicklung durch regionale Absatzstrukturen (Süd-deutschland)	KP 1	1
Förderung von Marktentwicklungsprojekten	KP 2	2
Ressourcenschonende Transportverpackung/-sicherung	Ö 1	3
Erweiterung des regionalen / saisonalen Sortiments	W 2	4
Stärkung der Netzwerkentwicklung	KP 4	5
Weiterentwicklung der Partnervereinbarung	KP 3	6
Reduzierung der Emissionen in der Transportkette	Ö 3	7
Berücksichtigung von aktuellen Trends im Sortiment	W 3	8
Vermeidung von (Lebensmittel-) Abfällen	Ö 4	9
Erhöhung verbandszertifizierter Ware	W 4	10
Förderung der Biodiversität und Bodenfruchtbarkeit	Ö 5	11
Einhaltung von Qualitätsstandards	W 1	12
Kommunikation von BODAN-Werten in der Öffentlichkeitsarbeit	KP 7	13
Kommunikation von Produkt-Werten in der Öffentlichkeitsarbeit	W 8	14
Politisches Engagement in der Nachhaltigkeitsentwicklung	KP 6	15
Einführung einer Verhaltensrichtlinie (Code of conduct)	ST 2	16
Rückverfolgbarkeit und Transparenz der Produkte	ST 5	17
Stärkung der Vielfalt und Chancengleichheit	ST 4	18
Beachtung der Produktintegrität (Kennzeichnung)	W 5	19
Einhaltung der Rechtskonformität	KP 5	20
Lärmreduktion der Fahrzeuge	Ö 2	21
Stärkung sozialstandardisierter Produkte	ST 1	22
Energiemanagement am BODAN-Firmensitz Überlingen	Ö 7	23
Datenermittlung von Lieferanten mit Umweltstandards	Ö 6	24
Faire Preisgestaltung in allen Wertschöpfungsstufen	W 6	25
Förderung einer fairen Lohngestaltung in der Lieferkette	ST 3	26
Förderung nachhaltiger Verpackungen	W 7	27

Abbildung 7: BODAN-Wesentlichkeitsanalyse 2020



Jüngste gemeinwohl-orientierte Aktivitäten, ergänzend zu bereits laufenden Projekten:

- » Revalidierung der EMAS-Zertifizierung basierend auf jährlichen Nachhaltigkeitsberichten
- » Umsetzung einer **Lieferant:innen-Befragung** zur Qualität der Zusammenarbeit (**Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant:innen**)
- » Vorbereitungen zur Gründung der **KorBio GmbH** für eine Kooperation mit anderen **Großhandelsunternehmen** in den Bereichen Einkauf und Logistik (**Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant:innen**)
- » Weitere Investitionen in **alternative Antriebstechnologien** für unseren Fuhrpark (Ökologische Qualität der Investitionen)
- » Anschaffung eines **E-Autos** und Installation von **E-Ladesäulen** auf unserem Betriebsgelände (Ökologische Qualität der Investitionen)
- » **Etappenweise** Umstellung von Leuchtstoffröhren auf **LEDs** (Ökologische Qualität der Investitionen)
- » Entwicklung eines 180°-Leitfadens für unsere **Mitarbeitenden-Jahresgespräche** (Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur)
- » **Ideenwettbewerb** zur Verwendung des 10.000 € Preisgeldes für den Umweltpreis Baden-Württemberg: Anlage eines Naschgartens (Mitentscheidung der Mitarbeitenden)
- » Gemüsevermarktung mit den Labels „**ProSpecieRara**“ und „**bioverita**“ zur Kennzeichnung traditioneller und für den Bio-Anbau gezüchteter Sorten (Kooperation mit Mitunternehmen)

- » Einführung von Produkten aus **kuhgebundener Kälberaufzucht** (Kooperation mit Mit-
unternehmen)
- » Initiierung und Realisierung eines **Zukunftslabors für Leuchtturmprojekte** zur Profi-
lierung individueller Bioladen-Marken (Kund:innenmitwirkung, gemeinsame Produkt-
entwicklung und Marktforschung)
- » Beteiligung am **Innovationsprojekt „QuartaVista“** zur Entwicklung eines Navigations-
systems für wertorientierte Unternehmen (Produkttransparenz)
- » Teilweise **Kompensation der CO2-Emissionen** unseres Fuhrparks über unsere hofei-
gene Tankstelle (Absolute Auswirkungen / Management und Strategie)

Abbildung 8: EMAS-Urkunde



Auszeichnungen

Für unser Engagement im nachhaltigen Wirtschaften haben wir verschiedene Auszeichnungen erhalten:

- » Nominierung für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2019
- » Nationale Auszeichnung „EMAS Umweltmanagement 2018“ – verliehen von Bundes-
umweltministerium und DIHK
- » Umweltpreis Baden-Württemberg 2018 – verliehen vom Umweltministerium Baden-
Württemberg
- » Eco Performance Award 2017

20A1.1A1.1A1.1 unten Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulie-
ferkette

Abbildung 9: Auszeichnungen für nachhaltiges Wirtschaften



UMWELTPREIS
FÜR UNTERNEHMEN
BADEN-WÜRTEMBERG
2018

Preisträger





Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl- Bilanz	BODAN Großhandel für Naturkost GmbH
----------------	---------------------------	-------------------------------	--

M5.0 Vollbilanz	2019-2020	Auditor*In: Roland Wiedemeyer Nils Wittke
----------------------------	------------------	---

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berühungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 50 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 50 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 70 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 40 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ- PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 70 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 30 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 30 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen: 70 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 50 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 70 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produktransparenz: 80 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 80 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 50 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 70 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 50 %

Testat gültig bis:
30.06.2024

**BILANZSUMME:
583**

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: buk9f
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Indikator: Anteile eingekaufter Waren für Eigenbetrieb und externen Handel

(Anteile der eingekauften Waren am gesamten Einkaufsvolumen in %)

Indikator	2019	2020
Beratung / Coaching / Fortbildung	0,05 %	0,08 %
Büromaterial	0,14 %	0,11 %
Handelswaren	94,88 %	94,74 %
Im Berichtszeitraum angeschafftes Anlagevermögen (Maschinen etc.)	0,40 %	0,73 %
Papier	0,02 %	0,01 %
Software	0,29 %	0,13 %
Sonstige Fremdleistungen	0,21 %	0,23 %
Sonstige Geringwertige Wirtschaftsgüter (GWG)	0,01 %	0,04 %
Technische Kleingeräte (Handy, Computer, Drucker, etc.)	0,03 %	0,04 %
Telefon/Internet	0,08 %	0,08 %
Treibstoffkosten	1,50 %	1,02 %
Zugekaufter Strom, Wärme und Wasser	0,34 %	0,29 %
Zugekaufte Transportleistungen an Einkaufsvolumen gesamt	2,06 %	2,49 %
Anteil unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellte Produkte und Dienstleistungen an Einkaufsvolumen gesamt*	2,64 %	2,85 %
Einkaufsvolumen gesamt	66.221.635,47 €	80.035.188,17 €

* Hierbei handelt es sich um zertifizierte Fairtrade-Ware. Da bei der von uns bevorzugten, regionalen Beschaffung von fairen Arbeitsbedingungen auszugehen ist, liegt der tatsächliche Wert vermutlich um ein Vielfaches höher.

Auswahlkriterien für Lieferbetriebe

→ Siehe A3.1.

Soziale Risiken in der Zulieferkette

Grundsätzlich ist es uns ein Anliegen, **faire und auskömmliche Preise** zu zahlen und ein **verlässlicher Vermarktungspartner** zu sein, der langjährigen Lieferpartner:innen nicht einfach auf seiner Ware sitzen lässt, bloß weil ein anderer gerade temporär günstiger ist.

Da fast 90% unserer direkten Zuliefererbetriebe in Deutschland ansässig sind, gilt unser Hauptaugenmerk zwar nicht den **sozialen Risiken**, doch fragen wir bei unseren Lieferbetrieben ab (in Form von Sozialstandards und Zertifikaten), inwiefern sie ihrer Sorgfaltspflicht

nachkommen, die Risiken in der vorgelagerten Lieferkette benennen und evaluieren können und welche Maßnahmen sich daraus ergeben.

Menschenwürde bei den Lieferbetrieben

Bei der Auswahl und der Zusammenarbeit mit unseren Lieferbetrieben spielen sozial-ökologische Kriterien eine wichtige Rolle, etwa in persönlichen **Gesprächen** (Jahresgespräche, Messen, Videocalls, Produktschulungen) und **Besuchen** im Rahmen von Reisen zu landwirtschaftlichen Betrieben in Italien, Spanien oder Übersee.

In einem nächsten Schritt wollen wir darüber hinaus einen **formalen Prozess** entwickeln und implementieren, mit einer Entscheidungsmatrix und klaren Arbeitsroutinen. U.a. planen wir, die bestehende Einkaufsrichtlinie in diesem Sinne zu überarbeiten und unser Warenwirtschaftssystem an die neuen Anforderungen anzupassen. Zudem wird es 2021 eine Bachelorarbeit zum Thema Lieferkettenmanagement bei uns im Haus geben.

Bei Produkten mit erhöhtem Risiko (siehe A1.2) legen wir Wert auf eine **Fairtrade-Zertifizierung**.

Branchenweite Einflussnahme für Menschenwürde

In Branchengremien, Initiativen und regionalen Netzwerken bringen wir uns ein, um Produkte und Wirtschaftsweisen über die reine Bio-Qualität hinaus zu entwickeln.

Im Berichtszeitraum haben wir Gespräche mit dem [BNN](#) und [Data NatuRe](#) aufgenommen, um **branchenübergreifende Lösungen im Bereich Lieferkettenmanagement** zu entwickeln. Denn wenn jedes Unternehmen von allen Handelspartner:innen individuelle Fragebögen zu sozial-ökologischen Standards erhält, führt die Vielzahl der Anfragen schnell zu Überforderung. Im **BNN** engagieren wir uns für die Entwicklung eines branchenübergreifenden Mindeststandards. Mit **Data NatuRe** (siehe auch A4.2) sind wir in Kontakt, um auszuloten, inwieweit die bisherigen Produktbeschreibungen um entsprechende Informationen und Zertifikate der Herstellenden erweitert werden können. Dabei streben wir keine Vereinheitlichung an, sondern vielmehr ein effizientes Erfassen und Sichtbarmachen zuverlässiger Bewertungssysteme (WeCare, EMAS, DNK, GWÖ).

Darüber hinaus setzen wir uns bei **Demeter International e.V.** für die Weiterentwicklung der Menschenrechtsstandards ein (International biodynamic association, IBDA).

Zertifikate der zugekauften Produkte

Von BODAN gehandelte Waren sind **Bio-zertifiziert, vorzugsweise** nach den besonders hohen Standards der **Anbauverbände** (Demeter, Bioland, Naturland, Gäa, Biokreis). Wo immer möglich beschaffen und vermarkten wir Produkte mit Verbandszertifizierung (insbesondere von Demeter und Bioland). Auch im Berichtszeitraum entfiel ein im Branchendurchschnitt weitaus **überdurchschnittlicher Umsatzanteil** bei frischem Obst und Gemüse auf den Handel mit **Demeter-Produkten** (38% in 2019 und 37% in 2020).

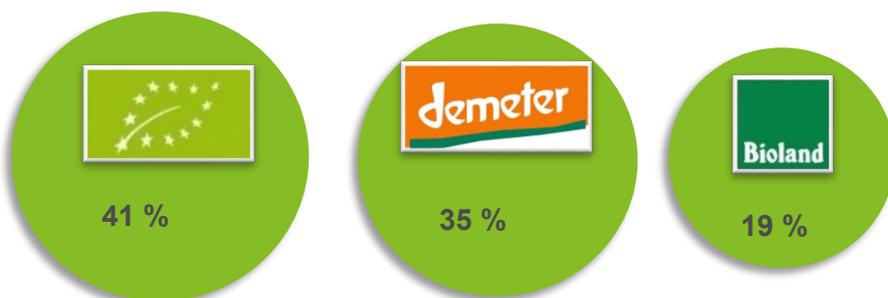
Im Obst- und Gemüsebereich neu hinzugekommen sind im Berichtszeitraum die verbandsübergreifenden Qualitätssiegel „**bioverita**“ und „**ProSpecieRara**“, die Produkte aus besonderen Saatgut-Qualitäten kennzeichnen (siehe D2.1). Bei Produkten aus Ländern, die von der **Business Social Compliance Initiative (BSCI)** als Risikoländer eingestuft werden, achten wir zudem auf **Fairtrade Siegel (s.o.)**.

Tabelle 3: Obst und Gemüse im BODAN Sortiment nach Bio-Qualitäts-Siegeln
(Anzahl der Produkte, Umsatz und Anteil an der Gesamtzahl aller gehandelten Produkte)

Siegel	Produkte 2019		Produkte 2020		VK-Umsatz Saldo 2019		VK-Umsatz Saldo 2020	
	Anzahl	Anteil (in %)	Anzahl	Anteil (in %)	Umsatz (in €)	Anteil (in %)	Umsatz (in €)	Anteil (in %)
„Nur“ EU-Öko-Verordnung	738	39	701	41	8.848.707	44	11.692.534	47
Demeter	641	34	586	35	7.768.859	38	9.245.241	37
Bioland	406	22	327	19	2.778.303	14	3.044.496	12
Naturland	70	4	62	4	789.823	4	853.988	3
WILD	9	1	9	1	31.931	< 1	42.761	< 1
Biokreis	4	< 1	4	< 1	16.207	< 1	7.607	< 1
Gäa	4	< 1	4	< 1	122.548	1	82.500	< 1
Summe	1872	100	1693	100	20.356.379	100	24.969.128	100
bioverita*	16	1	27	2	128.809	1	496.214	2
ProSpecieRara*			27	2			66.090	< 1

* Die Qualitätssiegel „bioverita“ und „ProSpecieRara“ stehen für Produkte aus besonderen Saatgut-Qualitäten und sind verbandsübergreifend (siehe D2.1). Berechnung ab Vermarktungsstart bioverita im Oktober 2019 bzw. Vermarktungsstart ProSpecieRara im Juni 2020.

Abbildung 10: Anteile der Bio-Standards im Bereich Obst und Gemüse
(Anteile an der Gesamtanzahl der von BODAN gehandelten Produkte in 2020)



GWÖ-Bewertung A1.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Engagement beim BNN für branchenübergreifenden Mindest-Sozialstandard in der Lieferkette
- » Kontaktaufnahme Data NatuRe: Ergänzung der Produktbeschreibungen um Profile von Herstellenden inkl. Sozialstandards

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- » Überarbeiten der Einkaufsrichtlinie und Anpassen des Warenwirtschaftssystems hinsichtlich sozialer Kriterien in der Lieferkette
- » Bachelorarbeit zum Thema Lieferkettenmanagement
- » Fortführen der gestarteten Aktivitäten mit dem BNN und Data NatuRe

A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Indikator: Ethisch riskante Produkte und Dienstleistungen

Indikator	2019	2020
Anteil ethisch riskanter eingekaufter Produkte und Dienstleistungen an Einkaufsvolumen gesamt*	4,38 %	4,56 %

* Hierbei handelt es sich um den Anteil Produkte aus BSCI-Risikoländern ohne Fairtrade-Zertifizierung am Gesamt-Einkaufsvolumen.

Bereiche der Zulieferkette mit besonderer Gefährdung der Menschenwürde

Eine besondere Gefährdung der Menschenwürde besteht bei Ware mit Rohstoff-Ursprung aus nicht-europäischem Ausland, insbesondere aus BSCI-Risikoländern. Betroffen sind u.a. Produkte wie Kaffee, Kakao, Tee und Gewürze.

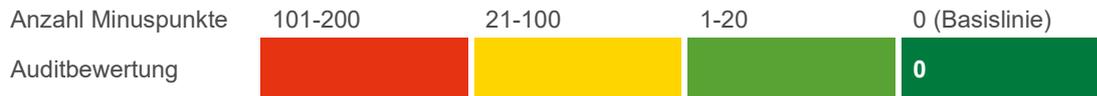
Maßnahmen, um eine Gefährdung der Menschenwürde zu vermeiden oder das Risiko zu reduzieren

Wir bevorzugen eine **regionale Beschaffung**. Bei Produkten aus BSCI-Risikoländern legen wir Wert auf eine **Fairtrade-Zertifizierung** – bei diesen Produkten lag der Umsatz-Anteil mit Fairtrade-Ware 2019 bei 12% und 2020 bei 13%. Dabei handelt es sich um eine erste Berechnung. Wir gehen davon aus, dass der tatsächliche Wert noch höher ist. In unserem Warenwirtschaftssystem ist das Qualitätsmerkmal „Fairtrade“ noch nicht so durchgängig eingepflegt, dass auf Knopfdruck danach gefiltert werden und Umsätze separat berechnet werden können. Eine Aufgabe im kommenden Berichtszeitraum wird es sein, Fairtrade-Zertifikate

besser zu erfassen. Eine branchenweite Lösung könnte auch hier Data NatuRe (siehe A4.2) bieten.

Indem wir ausschließlich **Bio-Lebensmittel** beziehen, beugen wir zudem durch Pestizide verursachten Krankheiten vor, die in Entwicklungsländern häufig vorkommen.

GWÖ-Bewertung A1.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Bevorzugung regionaler bzw. Fairtrade-zertifizierter Ware
- » Erste Berechnung Fairtrade-Anteil von Produkten aus BSCI-Risikoländern

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- » Verbesserte Erfassung von Fairtrade-Zertifikaten, ggf. branchenweit über Data NatuRe

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant:innen

Indikator: Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant:innen

Indikator	2019	2020
Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen zu Lieferant:innen gesamt	10 Jahre	10 Jahre

Maßnahmen für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkt Liefernden

Gegenseitige wirtschaftliche Förderung. Die wirtschaftliche Förderung von Anbauenden, Herstellenden, Handelsbetrieben und Konsumierenden von Bio-Lebensmitteln ist bei BO-DAN schon im Gesellschaftervertrag verankert. Daher haben wir in Preisbildungsprozessen nicht nur die eigenen wirtschaftlichen Notwendigkeiten im Blick. Unter Ausschöpfung der marktbedingten Spielräume lassen wir uns leiten vom Respekt vor der Arbeit unserer Partner:innen und vom Ziel nachhaltige Wertschöpfungskreisläufe zu stärken.

Langfristige Partnerschaften. Wir legen Wert auf langfristige und faire Handelsbeziehungen, die eine nachhaltige Entwicklung und verlässliche Planung auf beiden Seiten ermöglichen. Mit 80% der regionalen Erzeuger, die wir zu unseren Lieferant:innen zählen, arbeiten wir seit über zehn Jahren zusammen.

Assoziatives Wirtschaften. Wir sind davon überzeugt, dass eine Preistransparenz über die Wertschöpfungskette hinweg zu einer höheren Zahlungsbereitschaft bei Endkund:innen führt und somit ein gutes Auskommen für Anbauer:innen und Lieferant:innen ermöglicht. Deshalb sind wir Erstunterzeichner einer Charta für assoziatives Wirtschaften am Goetheanum (siehe D2.1).

Einkaufs-Schulung. In den Beziehungen zu unseren Lieferbetrieben streben wir stets nach einem fairen Miteinander und Verhandlungen auf Augenhöhe. Um diese Ideale noch stärker in unserem täglichen Handeln zu verankern, planen wir 2021 und 2022 Einkaufsschulungen mit folgenden Inhalten:

- » Wie verhandle ich auf Augenhöhe?
- » Wie monitore und dokumentiere ich Lieferant:innen-Beziehungen?
- » Wie verhandle ich verbindlich und verlässlich, ohne Druck auszuüben?
- » Welche Instrumente habe ich zur Verfügung und wie setze ich sie ein, unter Berücksichtigung der Gemeinwohl-orientierten Ausrichtung des Unternehmens?

Zufriedenheit der Liefernden mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen

Unser Einkaufsteam pflegt in den verschiedenen Ressorts einen engen Kontakt zu den jeweiligen Lieferant:innen, berücksichtigt ihre Rahmenbedingungen und geht wo möglich auf ihre Bedürfnisse ein. Besonders eng ist der Kontakt zu den Anbauenden in der Bodensee-Region, die sich bei regelmäßigen Treffen mit BODAN zu Anbaubedingungen und aktuellen Herausforderungen austauschen, um gemeinsam Lösungen zu finden.

Um ein umfassendes Bild zu bekommen, haben wir Anfang 2020 eine **Umfrage zur Qualität der Zusammenarbeit** bei unseren Lieferbetrieben durchgeführt. Themen waren:

- » Achtsamkeit
- » Augenhöhe
- » Rhythmus
- » Transparenz
- » Verbindlichkeit
- » Effektivität

Die knapp 40 teilnehmenden Lieferant:innen waren insgesamt sehr zufrieden mit der Zusammenarbeit und gaben im Schnitt 4 von 5 Punkten – beim Thema Verbindlichkeit sogar 4,5 Punkte.

Den genannten qualitativen Aspekten möchten wir zukünftig in unseren Gesprächen mit Lieferant:innen mehr Raum geben und streben im Rahmen der Neubesetzung der Einkaufsleitung eine 180°-Bewertung an. Als Basis hierfür soll die Zufriedenheitsbefragung dienen.

Fairer Anteil der Wertschöpfung für die Lieferbetriebe

Wir richten uns weitestgehend nach den Preiswünschen unserer Liefer-Partner:innen, bringen aber teilweise auch eigene Vorstellungen im Kontext der Bedürfnisse zur Preiskalkulation ein, abgeleitet aus den Empfehlungen unseres Partnerkunden-Beirats. Um gleichzeitig zu vermeiden, dass wir gegenüber unseren Mitbewerbern benachteiligt werden, haben wir gemeinsam mit acht weiteren regionalen Bio-Großhändlern die KorBio GmbH gegründet (s.u.).

Fairer Anteil der Wertschöpfung entlang der Zulieferkette

Im Berichtszeitraum haben wir einen wesentlichen Beitrag zur Gründung der [KorBio GmbH](#) geleistet (Eintragung beim Amtsgericht Charlottenburg am 23.11.2020). Gemeinsam mit acht weiteren Naturkost-Großhändlern aus Deutschland möchten wir künftig in den Bereichen Einkauf und Logistik stärker zusammenarbeiten. Durch die Kooperation sorgen wir für höhere Effizienz in der Logistik, verbessern Verhandlungsposition und Konditionen für den inhabergeführten Bio-Fachhandel und schaffen Spielräume für die Weiterentwicklung öko-sozialer Qualitäten. So profitieren Hersteller:innen und Bioläden gleichermaßen.

GWÖ-Bewertung A2.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Zufriedenheitserhebung bei Lieferant:innen

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Lieferant:innen-Jahresgespräche mit 180°-Bewertung
- » Gründung der KorBio GmbH und Aufnahme der geplanten Aktivitäten
- » Einkaufsschulung zu fairer Verhandlung auf Augenhöhe
- » Regelmäßige Wiederholung der Lieferantenbefragung im 2-Jahres-Turnus

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Indikator: Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette

Indikator	2019	2020
Anteil Eingeaufte Produkte und Dienstleistungen mit Label Solidarität und Gerechtigkeit an Einkaufsvolumen gesamt*	0,60 %	0,31 %
Umsatzanteil Lieferant:innen mit denen fairer und sozialer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde**	14,9 %	16,5 %
Umsatzanteil neue Lieferant:innen, die aufgrund eines fairen und solidari-schen Umgangs mit anderen Unternehmen ausgewählt wurden	0 %	0 %

* Hierunter fallen Produkte mit dem Sivisio-Label (siehe unten).

** Hierbei handelt es sich um BioTropic und Naturkost Schramm, die für einen Großteil der internationalen Obst- und Gemüselieferungen zuständig sind und mit zahlreichen landwirtschaftlichen Betrieben zusammenarbeiten.

Strategien für einen fairen und solidarischen Umgang entlang der Lieferkette

Gegenseitige wirtschaftliche Förderung ist bei BODAN schon im Gesellschaftervertrag verankert.

Wir denken in Kreisläufen. Alle Mitwirkenden im von uns mitgestalteten **Wertefluss** leisten einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung. Sie wertschätzen sowohl die Vorleistungen der

anderen, auf denen sie aufbauen, als auch die Leistungen der folgenden Verarbeitungs- und Handelsstufen (siehe Abbildung 1).

Maßnahmen für einen fairen und solidarischen Umgang entlang der Lieferkette

Um gegenseitiges Verständnis und Wertschätzung zu fördern, schafft BODAN **Plattformen**, auf denen sich die Akteure:innen aus dem Wertschöpfungskreislauf begegnen, austauschen, Interessen abstimmen und neue Formen der Zusammenarbeit entwickeln.

- » BODAN-Hausmesse (A4.2)
- » BODAN Partnerforum (A4.2)
- » BODAN-Zukunftslabor (D4.1)
- » BODAN-Lounge auf den Fachmessen (Bio-Süd & Biofach)
- » Forum Grüne Logistik (2017, 2018 & 2019)
- » Exkursionen u.a. Veranstaltungen des Netzwerks WIR. Bio Power Bodensee (E2.1)

Die enge, **langfristige und vertrauensvolle Zusammenarbeit** mit uns beliefernden Betrieben gibt den Anbauenden in **Europa und Übersee** mehr Sicherheit in der Produktionsplanung, sorgt für verlässliche Informationen zu den Produktionsbedingungen und gibt uns die Möglichkeit, Projekte zum Heben von Qualitäten und sozialen Standards anzustoßen und zu fördern.

So unterstützen wir (als Gesellschafter und Abnehmer) etwa gemeinsam mit Naturkost Schramm, unserem stärksten Lieferanten für frisches Obst und Gemüse aus dem Ausland, die Ecovalia-Zertifizierung von Anbauprojekten nach sozialen Kriterien unter der Marke „**Sivisio**“ (siehe D2.1). Dieses Angebot soll in den nächsten Jahren stark ausgebaut werden. Agrar-Ingenieur:innen unseres Partners **Biotropic** beraten Bäuer:innen in **Afrika, Asien und Amerika** beim Aufbau neuer Plantagen und funktionierender Vertriebswege. Im Rahmen des Projekts „**Grenzenlos Bio**“, das wir im Verbund „Die Regionalen“ realisieren, setzen wir uns für eine gemeinsame Kommunikation zu den Themen soziales Engagement und faire Handelsbeziehungen am POS ein.

Um gut funktionierende **Bio-Handelsstrukturen in der Region Freiburg** zu erhalten hat BODAN 2019 eine Kooperation mit Jürgen Schuchardt vereinbart, der aus Altersgründen seine Rolle als geschäftsführender Gesellschafter des Großhandels Naturkost Freiburg abgegeben hat. So konnten wir durch die einvernehmliche Übernahme des Unternehmens den betroffenen Bio-Anbauer:innen zuverlässige Vermarktungsperspektiven bieten und Einkommenseinbrüche vermeiden.

Ermitteln und Sanktionieren von Risiken und Missständen

Bei der Aufnahme neuer Lieferant:innen spielen sozial-ökologische Kriterien eine wichtige Rolle (siehe A3.1). Bei nachweislichen Verstößen gegen die Menschenwürde werden betreffende Lieferbetriebe sofort gesperrt. Bei Verdachtsmomenten leiten wir umgehend eine Überprüfung in die Wege und fordern eine schriftliche Stellungnahme an. Bisher sind keine derartigen Fälle bekannt.

GWÖ-Bewertung A2.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Kooperationsvereinbarung mit Naturkost Freiburg

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Ausbau der Vermarktungsanteile von O+G-Produkten mit der Auslobung „Sivisio“

A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant:innen

Marktmacht von BODAN gegenüber Lieferant:innen

Unsre **Marktmacht gegenüber Lieferantinnen ist relativ gering**. In der Regel verzichten wir bewusst darauf, Produkte exklusiv zu vertreiben, um Lieferbetrieben eine Diversifizierung ihrer Vertriebsstruktur zu ermöglichen. Sollten wir in Einzelfällen eine relevante Marktmacht besitzen, so legen wir auch hier Wert auf einen fairen und solidarischen Umgang.

Zahlungs- und Lieferbedingungen

Wir haben keine Hinweise darauf, dass unsere Lieferant:innen unter unserer Marktmacht leiden, etwa mit Blick auf unsere **Zahlungs- und Lieferbedingungen**. Langfristige und verlässliche Beziehungen zu unseren Lieferant:innen sind uns wichtig. Zu einem fairen Umgang gehört für uns auch, ihre Zwänge zu berücksichtigen und bei Notlagen von bereits vereinbarten Konditionen abzusehen.

Beschwerden und negative Berichtserstattung

In der Vergangenheit haben wir unsere **Liefer- und Zahlungsbedingungen eher pauschal** festgelegt und eine Frist gesetzt, in der Lieferbetriebe Einspruch erheben konnten. Einige Lieferant:innen haben diese Form der **automatischen Zustimmung** im Nachhinein nicht akzeptiert, sodass es **Unklarheiten über die jeweils geltende Vereinbarung** gab. Daher sind wir im zweiten Halbjahr 2020 auf die Lieferbetriebe zugegangen, haben ihre Vorstellungen abgefragt und konnten im Dialog gute Einigungen erzielen. Um derartige Unklarheiten künftig zu vermeiden, sollen unsere Zahlungs- und Lieferbedingungen von vornherein stärker auf gegenseitiger Vereinbarung basieren.

GWÖ-Bewertung A2.3



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Abfrage und Dialog zu Liefer- und Zahlungsbedingungen (Fortsetzung in 2021)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Verstärktes Streben nach gegenseitigen Vereinbarungen

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Indikator: Einkauf ökologisch höherwertiger Produkte und Dienstleistungen

Indikator	2019	2020
Anteil eingekaufter Produkte und Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind, am Einkaufsvolumen gesamt	94,88 %*	94,74 %*

* Unsere Handelswaren sind Bio-zertifiziert und somit nachweislich ökologisch höherwertig. Auch bei unserem sonstigen Einkaufsvolumen spielen sozial-ökologische Kriterien eine wichtige Rolle, dies wird jedoch aktuell nicht systematisch erfasst. Aus diesem Grund haben wir nur die Handelswaren als „ökologisch höherwertig“ gezählt – dabei gehen wir davon aus, dass die tatsächlichen Anteile ökologisch höherwertiger Alternativen noch höher liegen (vgl. Indikatoren A1.1).

In der Produktion eingesetzte Rohstoffe, Materialien, Energien und Technologien

Diese Bereiche sind für uns als Großhändler ohne eigene Produktion nicht relevant.

Auswahlkriterien für zugekaufte Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen

BODAN handelt ausschließlich Bio-Produkte, vorzugsweise zertifiziert von Demeter, Bioland oder Naturland. Bei Auswahl von Lieferant:innen, Produkten und Dienstleistungen spielen auch **Kriterien** eine Rolle, die über die reine Bio- und Geschmacksqualität hinausgehen. Dazu gehören z.B.

- » Möglichst handwerkliche Verarbeitung
- » Ressourcenschonende Verpackungsweisen, z. B. Mehrweg, Nachfüllpackungen
- » Engagement für den Erhalt unserer Lebensgrundlagen (z.B. Artenvielfalt, Bodenfruchtbarkeit)
- » Förderung der Bio-Züchtung und Verwenden samenfester Sorten
- » Kurze Transportwege, möglichst regionale Ware (v.a. bei Obst und Gemüse)
- » Einsatz von klappbaren Mehrwegtransportkisten (z.B. IFCO)
- » Zertifikate und Standards unserer Lieferant:innen (z.B. ISO 14001, EMAS, GWÖ, Fairtrade oder eigene Nachhaltigkeitsprojekte)
- » Förderung demokratischer Strukturen und höherer Sozialstandards (z.B. Arbeitsbedingungen, faire Löhne, Gesundheit)
- » Stärkung funktionierender Wertschöpfungskreisläufe, sozialer Gemeinschaften und nachhaltiger Regionalentwicklung

Über die **Aufnahme neuer Lieferant:innen** entscheiden wir gemeinschaftlich in der **Sortimentskonferenz** (siehe C4.3), wobei Kolleg:innen aus anderen Schnittstellenbereichen ihre Erfahrungen mit einbringen. Vor der internen Entscheidung in der Sortimentskonferenz erfolgt eine schriftliche Abfrage von Kriterien (z.B. Verbandssiegel, Audits, Nachhaltigkeitsstandards, Berichte), die bei Bedarf um ein persönliches Interview durch die verantwortliche Person im Einkauf ergänzt wird.

Keine der von uns eingekauften Produkte gehen mit **unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen** einher. Dasselbe gilt für unsere Lieferant:innen.

Evaluierung ökologischer Risiken in der Lieferkette

Ökologische Risiken evaluieren wir anhand unserer Einkaufsrichtlinien. Dabei eingesetzte Instrumente sind u.a. Sicherstellen einer gültigen Bio-Zertifizierung, Gespräche mit den verantwortliche Einkäufer:innen, Abfrage von Audits, Austausch in der Sortimentskonferenz (bei Verdacht Referenzeinholung, Audit).

Ökologische Kriterien bei der Auswahl von Produkten und Lieferant:innen

Siehe Auswahlkriterien oben.

Unterschiede zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischen Einkaufs

Dank Bio-Zertifizierung und teilweise darüberhinausgehenden Produktqualitäten (siehe A1.1) bewegen wir uns innerhalb der Lebensmittelbranche auf einem sehr hohen Niveau.

Schädliche Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Keine der von uns eingekauften Produkte gehen mit **unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen** einher. Dasselbe gilt für unsere Lieferant:innen.

Maßnahmen zur Reduktion von Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Einen wichtigen Beitrag zur **Reduktion der Umweltauswirkungen in der Zulieferkette** leisten wir durch unsere Investitionen in Grüne Logistik (siehe E3.1). Auch darüber hinaus nehmen wir unsere Verantwortung als Großhandel im Wertschöpfungsfluss wahr und tragen als Gestalter und Impulsgeber zur positiven Entwicklung des Ganzen und seiner Teile bei.

So unterstützen wir z.B. gemeinsam mit Naturkost Schramm im Rahmen der **Compost Cooperation** Projekte zum Humus-Aufbau in Andalusien.

GWÖ-Bewertung A3.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Stärkere Integration der Nachhaltigkeitsaspekte in die Entscheidungen der Sortimentskonferenz bei der Aufnahme neuer Lieferant:innen

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Ausbau der Logistikkoperationen im Rahmen der KorBio und damit verbundene Verringerungen der Umweltbelastung

A3.2 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

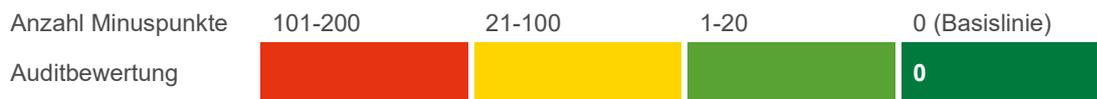
Indikator: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Indikator	2019	2020
Anteil Eingekaufte Produkten und Dienstleistungen mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen an Einkaufsvolumen gesamt	0 %	0 %

Negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette

Bis auf die in der Bio-Branche und im Lebensmittelhandel typischerweise anfallenden ökologischen Auswirkungen, u.a. Verpackungen und Transportemissionen, sind uns keine gravierenden Umweltauswirkungen in der Zulieferkette bekannt (siehe E3.1).

GWÖ-Bewertung A3.2



Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Aufbau eines systematischen Monitorings der Effekte in der Lieferkette über eine Bachelorarbeit und Nutzung von Branchen-Datenbanken

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant:innen

Bereitstellung von Informationen an Lieferant:innen

Wir pflegen einen vertrauensvollen, partnerschaftlichen Austausch mit unseren Lieferant:innen, der auf **Transparenz und Offenheit** basiert (s.u. bzw. Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette). Die Herausgabe von Informationen wird jedoch durch kartellrechtliche Bestimmungen beschränkt.

Mitentscheidung von Lieferant:innen

Über die normalen Routinen hinaus haben wir 2019 und 2020 den Dialog zu ausgewählten Lieferant:innen u.a. im Rahmen des **Zukunftslabors Fachhandel** intensiviert (siehe D4.1).

Besonders intensiv arbeiten wir außerdem seit vielen Jahren mit den Bio-Anbauer:innen aus **Süddeutschland** und hier v.a. aus der **Bodenseeregion** zusammen. Mit ihnen haben wir eine partnerschaftliche Kooperationsweise etabliert. Eine gemeinsame Anbauplanung, die

Angebotsüberschüsse vermeidet, gehört genauso dazu wie Preisverhandlungen auf Augenhöhe im Kontext des allgemeinen Marktumfelds.

In **regelmäßigen Treffen** mit den regionalen Bio-Gärtner:innen und Landwirt:innen tauschen wir uns über Anbaubedingungen und aktuelle Herausforderungen auf beiden Seiten aus. Gemeinsam entwickeln wir Ideen und Ansätze für eine nachhaltige Entwicklung und Lebensmittelwirtschaft in unserer Region.

Im von uns mitgegründeten **Netzwerk „WIR. Bio Power Bodensee“** haben wir im Berichtszeitraum u.a. zu **Exkursionen und Veranstaltungen** zum unternehmensübergreifenden Austausch zwischen Konsument:innen, Ladner:innen, BODAN-Mitarbeitenden und Anbauer:innen eingeladen (siehe E1.2). Überdies wurden aus dem Netzwerk heraus **neue verarbeitete Produkte** entwickelt, die dazu beitragen, die Wertschöpfung der Höfe zu stärken, indem sie Lücken in der Verarbeitung schließen. Auftakt für die entstehende Produktreihe waren Saucen aus Sommer-Erntespitzen-Tomaten und Burger-Patties aus Demeter-Milchvieh von WIR. Betrieben. Weitere Produkte mit besonderem Mehrwert für WIR. Höfe und Verbraucher:innen sind in Planung.

Abbildung 11: Landkarte mit Anbau-Betrieben des WIR. Netzwerks



Darüber hinaus engagiert sich BODAN seit 2020 in einer Arbeitsgruppe, die sich auf dem Lichtmessforum 2020 (siehe E4.2) formiert hat. Ziel der Arbeitsgruppe ist es, eine regionale **Erzeuger-Verbraucher-Organisation** (evtl. in Form einer Genossenschaft) zu gründen, die neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Verbraucher:innen und Anbauer:innen ermöglicht.

Tabelle 4: Die WIR. Höfe mit ihren besonderen Kulturen und Arbeitsschwerpunkten

Hof	Ort	Produkte/Kulturen und besondere Arbeitsschwerpunkte
Hofgut Brachenreute	Überlingen	Eier mit dem Qualitätssiegel der Bruderhahn Initiative Deutschland; vollmobile Ställe; Bruderhahn-Fleisch-Produkte
Kapellenhof	Herdwangen-Schönach	Eier mit dem Qualitätssiegel der Bruderhahn Initiative Deutschland; Legehennen in vollmobilen Ställen
Demeter Obsthof Brugger	FN-Spaltenstein	Äpfel (über 30 Sorten); kulinarisch-sensorische Seminare und Verkostungen; Bienenvölker
Obsthof Bentele	Tettwang	Äpfel (Boskoop, Elstar, Jonagold, Pinova, Pilot, Topaz und mehr)
Demeter Hof Bentele	Tettwang	Äpfel; Hopfen für Bio-Biere, Tee- und Arzneihersteller; Hecken; Humusaufbau; Rezepturen für Bio-Pflanzenschutz
Hofgut Hechelfurt	Meckenbeuren	Salate, Tomaten, Gurken, Paprika, Möhren, Kohl, Bohnen, Kräuter, Kartoffeln, Jungpflanzen u.v.m.
Hofgemeinschaft Heggelbach	Herdwangen-Schönach	Kartoffeln, Zwiebeln, Sellerie, Pastinaken u.a., Rote Bete und Zuckermais im eigenen Saft gegart; Heumilchkäse aus eigener Käserei; Forschungsprojekt zur Agro-Photovoltaik
Helchenhof	Überlingen-Bonndorf	Milch, Fleisch, Lauch, Kartoffeln, Möhren, Kürbis, Sellerie, Chinakohl u.v.m.; bauernhofpädagogische Angebote

Höllwangen	Überlingen	Kartoffeln, Zwiebeln, Saatgutgetreide, Speisegetreide, Linsen, Milch, Käse, Brot, Möhren; Bauernhofpädagogik
Hof Ibele	Wippenreute	Gemüse und Obst aus biologisch-dynamischem Anbau, vor allem alte Landsorten mit dem ProSpecieRara-Label
Kulturpilze Kaltenbrunnter	Bodman	Pilze (Shiitake, Kräuterseitling, Limonenseitling, Igelstachelbart, künftig auch Burgunder- und Perigord-Trüffel)
Ralzhof	Salem-Tüfingen	Saatgut für verschiedenste Gemüse-, Kräuter- und Blumensorten; Erhaltungszüchtung; Neuzüchtungen und Versuchsanbau
Hofgut Rengoldshausen	Überlingen	Vorzugsmilch, Apfelsaft, Gemüse, Chicorée, Salate, Fenchel, Zucchini, Tomaten, Mangold, Kräuter, Möhren u.v.m.; Lernort Bauernhof; Pflanzen- und Tierzucht
Hofgut Rimpertsweiler	Salem-Obersaltenweiler	Gemüse, Kräuter, Milch, Käse, Fleisch, Lichtwurzel, Getreide und Obst; Hofbäckerei; Pizza, Flammkuchen/Dinette; Standort des Keyserlingk-Instituts für Saatgutforschung
Gärtnerei am Rösslerhof	Schlier / Unterankenreute	bunte Schnittsalate, Smoothie-Mix mit Wildkräutern, Snack-Gemüse, über 30 Salat- und Gemüsesorten, Honig
Moosfeld GmbH	Singen-Bohlingen	Tomaten, Gurken, Salat, Kräuter, Höri-Bülle, Kartoffeln u.v.m.; ökologisch betriebene Gewächshäuser (Solarenergie)
Spiesshaldenhof	Salem	Salate, Brokkoli, Chinakohl, Wirsing, u.a. Gemüse, Zwiebeln, Futter- und Speisegetreide, Milch, Rindfleisch und Wurst
Gärtnerei Pestalozzi	Wahlwies	Gemüse, Salate, Kräuter, Tees und Blumen; Ausbildungsbetrieb des Pestalozzi Kinderdorfs

Zufriedenheit der Lieferant:innen mit Informationspolitik und Mitentscheidung

Laut der Umfrage im Jahr 2020 (siehe A2.1) waren unsere Lieferant:innen sehr zufrieden mit Informationspolitik und Mitentscheidungsrechten von BODAN. So erhielten wir im Schnitt 4 von 5 Punkten für die Themen „Transparenz“, „Austausch“ und „Augenhöhe“. Auch im persönlichen Gespräch wird uns diese Zufriedenheit immer wieder gespiegelt.

GWÖ-Bewertung A4.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Lieferant:innen-Zufriedenheitsbefragung
- » Gemeinsame Produktentwicklung mit dem „WIR. Bio Power Bodensee“-Netzwerk
- » Initiierung und Mitarbeit in einer Arbeitsgruppe zur Gründung einer regionalen Erzeuger-Verbraucher-Organisation

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Ausbau des WIR. Produktsortiments
- » Gründung einer regionalen Erzeugenden-Verbrauchenden-Plattform

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Indikatoren: Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Indikator	2019	2020
Anteil eingekaufter Produkte und Dienstleistungen mit Label Transparenz und Mitentscheidung an Einkaufsvolumen gesamt	0 %	0 %
Umsatzanteil Lieferant:innen mit denen transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde*	14,9 %	16,5 %
Umsatzanteil neue Lieferant:innen, die aufgrund eines transparenten und partizipativen Umgangs mit anderen Unternehmen ausgewählt wurden	0 %	0 %

* Hierbei handelt es sich um BioTropic und Naturkost Schramm, die für einen Großteil der internationalen Obst- und Gemüselieferungen zuständig sind, sowie um die WIR.-Erzeugergruppe.

Strategie für einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten in der Zulieferkette

Unser Ziel ist es, größtmögliche Transparenz zu schaffen über alle Stufen der Wertschöpfungskette hinweg – von den Bio-Höfen und -Gärtnereien über die verarbeitenden Betriebe und die Transportlogistik bis hin zum Einkaufskorb. Dabei geht es nicht nur darum, Informationen über die reine Bio-Qualität zu vermitteln, sondern z.B. auch über soziale Standards, ökologische Tierzucht, Engagement für Biodiversität und Bodenfruchtbarkeit. Denn auch diese Aspekte tragen nach unserem Verständnis zur Werthaltigkeit unserer Waren bei.

Maßnahmen zur Förderung eines transparenten und partizipativen Umgangs

ecoinform. Von Anfang an unterstützen wir das **Branchen-Produkt-Informationssystem „ecoinform“**. Hier erhalten Einzelhändler:innen, Großhändler:innen, Hersteller:innen und Endkund:innen Informationen zu angebotenen Bio-Produkten – von Artikelstammdaten bis hin zu Allergieinformationen. Des Weiteren nutzen wir diese Plattform als Dienstleister, um die qualifizierte Kommunikation zwischen Großhandel und Hersteller:innen auf Basis von EDI-Daten zu verbessern.

Unser gemeinsames Ziel: Nutzen von Synergien in der Datenaufbereitung und möglichst hohe Produkt-Transparenz.

DATA NatuRe. Als Gründungsmitglied der vom BNN angeregten **DATA NatuRe eG** unterstützen wir Aufbau und Pflege eines gemeinschaftlich getragenen Datenpools für Produktstammdaten. Im Vergleich zum privatwirtschaftlichen Angebot von Ecoinform handelt es sich hier um bedeutend umfangreichere Datensätze, auf die dann alle Mitglieder der Genossenschaft zugreifen können. Die DATA NatuRe eG wurde im November 2015 ins Leben gerufen. Seit März 2017 ist der Datenpool vollumfänglich für Hersteller:innen, Inverkehrbringer:innen, Großhändler:innen, Einzelhändler:innen, Kassensystemdienstleister:innen, Onlineshops und alle weiteren Datenabnehmer:innen der Naturkostbranche nutzbar. Aufbauend auf diesem Allmende-Ansatz werden weitere Dienstleistungen zur Transparenz und Dokumentation

entlang der gesamten Lieferkette entwickelt.

Unser gemeinsames Ziel: Verwaltung und Weiterentwicklung eines zentralen, gemeinschaftlich nutzbaren Datenpools für die Naturkost-, Naturwaren- und Reformwarenbranche.

Angebote Magazin (ehemals „Angebot der Woche“). Unser Angebote Magazin mit 12 bis 32 Seiten liefert aktuelle Informationen zu besonderen Angeboten, Produktneuheiten, Branchennews sowie Projekten und Unternehmensnachrichten unserer Lieferant:innen. Es richtet sich nicht nur an Bioläden, sondern wird auch von Mitarbeitenden und Besucher:innen des Hauses (offene Auslage) gelesen. Mit einem umfassenden Relaunch wurden Design und Layout 2019 aufgewertet und um einen redaktionellen, magazinigen Mantel ergänzt, der mehr Raum für ansprechende Artikel über Lieferbetriebe lässt.

BODAN Hausmesse. Bei der jährlich stattfindenden BODAN-Hausmesse können unsere Kund:innen aus dem Naturkosthandel unsere Lieferant:innen persönlich kennenlernen, sie zu Produktionsbedingungen und Qualitätskriterien befragen und viele Produkte direkt verkosten. Corona-bedingt fand die Hausmesse im Jahr 2020 virtuell statt.

BODAN-Partnerforum. Beim BODAN Partnerforum kommen jedes Jahr Bioläden aus ganz Süddeutschland mit Hersteller:innen zusammen, um sich über aktuelle Entwicklungen auszutauschen und neue Ideen zu entwickeln. Der Impuls für das Zukunftslabor entstand auf dem Partnerforum 2019 (siehe D4.1). 2020 fand das Partnerforum als Hybrid-Veranstaltung statt, auf dem Hof eines Anbaupartners am Bodensee. Herstellende waren auf dem Podium präsent und wurden auch aus dem Ausland live zugeschaltet.

Informationsfluss in der Verkaufsberatung. Durch die Qualifizierungsmaßnahmen zur Stärkung der Beratungsqualität (siehe C1.1) ist unser Verkaufsteam stets up-to-date und kann in der täglichen telefonischen Verkaufsberatung die Informationen aus erster Hand an die Läden weitergeben.

Erzeugerreisen mit Naturkost Schramm. Regelmäßig organisieren wir Projektreisen in die Ursprungsländer, um Bio-Händler:innen unmittelbare Einblicke in Produktionsweisen und Nachhaltigkeits-Engagement vor Ort zu geben und persönliche Begegnungen zu ermöglichen, die das gegenseitige Verständnis fördern. Im November 2019 waren z.B. Vertreter:innen von 17 Bioläden und zwei BODAN-Mitarbeitende bei Anbaupartner:innen von Naturkost Schramm in Andalusien unterwegs. In 2020 fand coronabedingt keine Erzeugerreise statt.

Abbildung 12: Eindrücke vom BODAN Partnerforum in 2019 und 2020

Begegnungen zwischen Bio-Länder:innen und Partner:innen von Anbauer- und Herstellerseite



Abbildung 13: Eindrücke von einer Reise zu Anbaubetrieben in Andalusien
Gemeinsam mit Bio-Ladner:innen unterwegs auf verschiedenen Betrieben



Projekte für mehr Transparenz und Qualitäten über „Bio“ hinaus. Für einen transparenten und partizipativen Umgang sorgen wir auch mit unseren Projekten zur Entwicklung von Qualitäten, die über „Bio“ hinaus reichen. Dazu zählen unser Engagement für die Brudershahn Initiative Deutschland, die Ökologische Tierzucht, eine Milchviehhaltung mit kuhgebundener Kälberaufzucht, samenfeste Sorten mit den Labels „bioverita“ und „ProSpecieRara“ sowie das Sozialstandard-Label Sivisio (siehe D2.1).

Einschätzen und Sanktionieren von Risiken und Misständen

Angesichts unseres umfassenden Sortiments und vielfältiger Lieferbeziehungen können wir punktuelle Misstände nicht vollends ausschließen. Aber durch langfristige, vertrauensvolle Handelspartnerschaften, viele persönliche Kontakte und sachverständige Partner:innen in Anbauländern sorgen wir für einen guten Informationsfluss, bei dem Misstände schnell sichtbar werden, so dass wir zeitnah gegensteuern können. Zusammen mit Partner:innen wie dem BNN, „Die Regionalen“ und Naturkost Schramm wirken wir außerdem auf eine Erhöhung der Branchenstandards hin (s.o.).

GWÖ-Bewertung A4.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Erzeugerreise nach Andalusien
- » Entwicklung einer virtuellen Alternative für Hausmesse und Partnerforum
- » Relaunch „Angebot der Woche“ (fortan „Angebote Magazin“) und Erweiterung um einen magazinigen Mantelteil mit mehr Raum für ansprechende Artikel zu Lieferbetrieben

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Entwicklung neuer Austauschformate (digital), die einen offenen Austauschraum zwischen Hersteller:innen und Konsument:innen ermöglichen sollen

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Indikator: Eigenkapital

Indikator	2019	2020
Eigenkapital	2.681.563,36 €	3.736.011,51 €
Eigenkapitalanteil	20 %	23,3 %
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	30 %	30 %

Sicherstellen einer ausreichenden Risikodeckung durch Eigenmittel

Unsere Gewinne werden nur begrenzt ausgeschüttet.

Aktuell sind Genussscheine im Wert von 300.000 Euro in Umlauf. Diese wurden an Mitarbeitende, Lieferbetriebe und verbundene Unternehmen ausgegeben. Die Mittel sind für 5 Jahre bei BODAN gebunden und es besteht eine Verbindlichkeit, diese ggf. zurückzuzahlen.

Im Vergleich zum Branchendurchschnitt ist unser Eigenkapitalanteil deshalb recht gering, da die Firma einen eigenen Anteil an der GmbH in Höhe von 25 % hält. Dieser wurde in 2018 gekauft, wodurch wir von ursprünglich 27,9 % auf 18,7 % Eigenkapitalanteil „zurückgefallen“ sind. Würde die Firma ihren Anteil verkaufen, so läge der Eigenkapitalanteil (Stand 2020) bei 29 %.

Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln

Seit 2018 haben wir stetig Eigenkapital aufgebaut, indem wir unsere Gewinne hauptsächlich zum Bilden von Rücklagen verwenden (s.o.). Auf diese Weise möchten wir den Eigenanteil auch zukünftig noch erhöhen. Bei Bedarf ist außerdem eine weitere Ausgabe von Genussrechten möglich.

GWÖ-Bewertung B1.1



Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Weitere Erhöhung des Eigenkapitalanteils

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Indikatoren: Fremdfinanzierung

Indikator	2019	2020
-----------	------	------

Darlehen von Berührungsgruppen	1.166.513,02 €	1.645.542,93 €
Konventioneller Inlandskredit*	1.444.089,24 €	1.533.480,15 €
Kredit bei Ethikbank**	1.471.509,89 €	604.891,08 €
Fremdkapitalanteil	79,95 %	76,68 %

* bei der Sparkasse Bodensee

** bei der GLS Bank Bochum

Formen und Anteile der Finanzierung durch Berührungsgruppen oder Ethikbanken

Aktuell können wir dank guter Gewinn- und Liquiditätslage viele Investitionen aus Eigenmitteln tätigen, wie z.B. neue LKW, Gabelstapler oder Bürostühle. Für 2020 und 2021 ist deshalb kein neuer Investitionskredit geplant.

Hier legen wir Wert darauf, mit Banken zusammenzuarbeiten, die ihre Entscheidungen nach ethischen und nachhaltigen Kriterien ausrichten.

Kredite. In 2019 waren unsere Verbindlichkeiten gegenüber der regionalen Sparkasse in etwa ebenso groß wie jene gegenüber der GLS Bank. In 2020 haben wir einen weiteren Kredit über 500.000 € bei der Sparkasse aufgenommen und damit nachträglich Investitionen aus 2019 finanziert. Um unsere Handlungsfähigkeit und Flexibilität aufrecht zu erhalten, verteilen wir die Risiken bewusst auf verschiedene Kreditgeber:innen.

Stille Gesellschafter:innen. Stille Gesellschafter:innen aus unserem Wertschöpfungskreislauf (Anbauende, Mitarbeitende, Verbände und Netzwerkpartner:innen) stärken mit einem Stammkapital von 350.000 Euro durch ihre Einlage die Kapitaldecke. An die Still-Beteiligten ausgeschüttete Gewinne werden uns teilweise als Darlehen wieder zur Verfügung gestellt. In Summe waren dies weitere 594.513,02 Euro in 2019 und 1.073.542,93 Euro in 2020. Mit der Mehrzahl der stillen Gesellschafter:innen wurden ab 2021 Beendigungsvereinbarungen geschlossen, was mit einer teilweisen Rückzahlung der Einlagen und Darlehen einhergeht.

Darlehen von Lieferbetrieben. Lieferbetriebe gewähren uns seit 2009 Darlehen über eine Gesamtsumme von 222.000 Euro (Stand 31.12.2020). Die Darlehen können jährlich verlängert werden. Die so generierten Mittel setzen wir zur Förderung von Strukturen im ökologischen Lebensmittelhandel ein.

Für uns sind diese Formen der gegenseitigen Zuwendung und Beteiligung Ausdruck für eine besondere Qualität des miteinander Wirtschaftens. Zudem ermöglichen sie Partizipation durch das Verteilen von Wertschöpfungsanteilen.

Ablösen konventioneller Kredite und Senken von Finanzrisiken

Sondertilgungen sind z.T. möglich und bei anhaltend guter Liquidität zum Beispiel für unser Gebäude am Standort Überlingen geplant.

GWÖ-Bewertung B1.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Kreditaufnahme bei der Sparkasse Bodensee
- » Beendigungsvereinbarungen mit Stillen Gesellschafter:innen

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Sondertilgung von konventionellen Krediten bei anhaltend guter Liquidität

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner:innen

Indikatoren: Umfang der Geschäfte mit ethischen Finanzinstituten

(Umfang der Geschäfte mit den wichtigsten Partner:innen in Euro)

Indikator	2019	2020
GLS Bank Bochum (Darlehen und Girokonto)	1.471.509,89	604.891,08
Sparkasse Bodensee (Darlehen und Girokonto)	1.444.089,24	1.533.480,15

Unsere Finanzpartner:innen und ihre Finanzprodukte

Wir arbeiten im Finanzbereich bevorzugt mit ethischen, nachhaltigen Institutionen zusammen.

- » Darlehen und Girokonto: GLS-Bank, Sparkasse Bodensee
- » Versicherungen: KRAVAG, Sparkassen-Versicherung
- » Betriebliche Altersvorsorge: Dresdner Pensionskasse, Sparkassen Pensionskasse

Ethisch-nachhaltige Ausrichtung der Finanzpartner:innen

GLS-Bank. Als erste sozial-ökologische Universalbank zielt die GLS Bank darauf ab, nachhaltige, individuelle und gesellschaftliche Entwicklung zu ermöglichen. Das angelegte Geld investiert sie sinnstiftend und transparent. Kredite werden insbesondere in den Bereichen Erneuerbare Energie, Ernährung, Nachhaltige Wirtschaft, Wohnen, Soziales & Gesundheit sowie Bildung & Kultur vergeben. Die Bank erstellt einen [Nachhaltigkeitsbericht](#) nach GRI-Standard, in dem sie auch auf GWÖ-Indikatoren verweist.

Sparkasse Bodensee. Als öffentlich-rechtliches Geldinstitut verpflichtet sich die Sparkasse dazu, der Region und den dort lebenden Menschen zu dienen. Ersparnisse von Kunden fließen weniger in internationale Finanzmärkte, sondern bevorzugt in den regionalen Wirtschaftskreislauf. Der Sparkassen-Verband erstellt einen Nachhaltigkeitsbericht, ausgerichtet nach eigenen „Leitsätzen zur Nachhaltigkeit“. Das 40 Indikatoren umfassende [Kennzahlen-system](#) ist offiziell vom Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) der Bundesregierung anerkannt und mit dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex vergleichbar.

GWÖ-Bewertung B1.3



Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Sondertilgung von konventionellen Krediten bei anhaltend guter Liquidität

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Indikator: Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

(in Euro und Prozent)

Indikator	2019	2020
Mittelüberschuss*	342.176 €	1.058.331 €
Anlagenzugänge	458.287,43 €	721.771,07 €
Zuführung zur Rücklage	270.000 €	270.000 €
Ausgeschüttete Kapitalerträge	0 €	105.342,12 €
Anteil ausgeschüttete Kapitalerträge am eingebrachten Kapital	0 %	15,08 %

* Bezogen auf den Gewinn, nicht Cashflow.

Decken von Zukunftsausgaben und Risikovorsorge

Noch werden Zukunfts- und strategische Ausgaben nicht systematisch erfasst. Im Folgenden wagen wir eine erste Annäherung:

- » **Klimaschutz.** Dem Klimawandel so weit wie möglich entgegenzuwirken, ist uns schon lange ein Anliegen. Mit Blick auf Emissionen gilt für uns dabei die Rangfolge „Vermeiden – Reduzieren – Kompensieren“. Unser Gebäude haben wir auf erneuerbare Energien umgestellt und investieren fortlaufend in alternative Logistik-Lösungen, um unsere Emissionen möglichst gering zu halten.
Wo wir Emissionen nicht vermeiden können, setzen wir auf Kompensation mit CO₂-Zertifikaten. Aktuell kommen diese ausschließlich aus dem Ausland. Ein regionales Kompensationsprojekt ist aber bereits in Vorbereitung.
Rund ein Drittel unserer Kühl-LWK-Flotte haben wir bereits auf alternative Antriebe umgestellt. Beim Dieseltreibstoff, den die übrigen LKW an unserer hauseigenen Säule in Überlingen tanken, haben wir
+ in 2019 insgesamt 839,34 Tonnen CO₂ für rund 4.700 Euro kompensiert
+ in 2020 waren es 1606,74 Tonnen CO₂ für rund 9.000 Euro.

Für eine vollständige Kompensation sämtlicher CO₂-Emissionen durch Auslandszertifikate wären rund 17.000 Euro jährlich nötig (siehe auch B3.3 und E3.1).

- » **Stärkung der Bodenfruchtbarkeit.** Der biologische Anbau wirkt sich positiv auf die Bodenfruchtbarkeit aus. Doch selbst hier kann es durch Erosion und Umbruch der Äcker zu Humusabbau und einem Verlust an Bodenfruchtbarkeit kommen. In den Jahren 2016 bis 2020 hat BODAN daher allein über den **Bodenfruchtbarkeitsfonds** über 20.000 Euro in Projekte zum Aufbau der Bodenfruchtbarkeit investiert. Im Berichtszeitraum beliefen sich sämtliche Ausgaben zur Förderung der Bodenfruchtbarkeit in Summe auf 7.850 Euro (siehe Tabelle 5). Parallel dazu haben wir mit der Planung eines **regionalen Bodenfruchtbarkeits-Projekts** begonnen, in Kooperation mit landwirtschaftlichen Betrieben in unserem unmittelbaren Umfeld. Unsere Ziele:
 - + die nachhaltige Zusammenarbeit und Regionalentwicklung stärken,
 - + langfristig die Bodenfruchtbarkeit in der direkten Lieferkette sichern und
 - + unvermeidbare Klimagas-Emissionen kompensieren.Ein Ausgleich sämtlicher CO₂-Emissionen durch regionalen Humusaufbau würde uns jährlich gut 75.000 Euro kosten – eine Summe, die wir vor dem Hintergrund des Marktgeschehens kaum aufbringen könnten. Daher streben wir eine Mischung aus regionaler Kompensation und internationalen Zertifikaten an – als Abbild der realen Herkünfte unserer Produkte.
- » **Schutz der Artenvielfalt.** Der Bioanbau wirkt – dank des Verzichts auf Glyphosat und chemisch-synthetische Pestizide – per se dem Artensterben entgegen. Gemeinsam mit unseren Partner:innen im Anbau tragen wir so zu einem resilienten System mit Nützlingen und bestäubenden Insekten bei. Um diese darüber hinaus aktiv zu fördern, bietet es sich an, Blühstreifen anzulegen. Pro Hektar Blühfläche ist mit Kosten in Höhe von 5.000 Euro zu rechnen. Im nächsten Berichtszeitraum möchten wir Finanzierungsmöglichkeiten prüfen.
- » Als Verbundpartner im Förderprojekt „**Vielfalt Schmeckt**“ setzt sich BODAN zudem gemeinsam mit ProSpecieRara und Rinklin für den Erhalt der Kulturpflanzenvielfalt ein (siehe D2.1). Neben der Bereitstellung von Infrastruktur und Stammpersonal belief sich der Eigenanteil von BODAN im Berichtszeitraum auf knapp 7.500 Euro.
- » **Biologische Pflanzenzüchtung.** Samenfeste biologische Alternativen zu konventionell gezüchtetem Hybrid-Saatgut sind oft schwierig im Anbau und liefern vergleichsweise geringe Erträge. Das möchten wir ändern. Daher unterstützen wir über den Saatgutfond die züchterische Weiterentwicklung biologischer Sorten und gehören seit Herbst 2019 zu den Pionieren in der Vermarktung von „bioverita“-Gemüse (siehe D2.1). Im Berichtszeitraum haben wir mit 28.737 Euro zur Förderung von Bio-Pflanzenzüchtung und Saatgutforschung beigetragen (siehe Tabelle 5). Branchenweit sind laut Berechnungen des Forschungsinstituts für biologischen Landbau (FiBL) jährlich mindestens 10 Mio Euro für die Pflanzenzüchtung notwendig.
- » **Ökologische Tierzucht (ÖTZ).** Die Bruderhahn-Initiative, die wir seit 2015 unterstützen, ist für uns lediglich ein erster Schritt in Richtung ethischer Tierhaltung. Eine dauerhaft tragfähige Lösung kann nur die Züchtung eines Zweinutzungshuhns bringen, das sowohl für die Eier- als auch für die Fleischproduktion geeignet ist. Die Zuchtarbeit unter ökologischen Bedingungen ist zeit- und kostenintensiv. Deshalb leiten wir vom Erlös jedes verkauften Eis einen „Züchtungs-Cent“ an die ÖTZ weiter (siehe D2.1). Im Berichtszeitraum haben wir insgesamt 83.444,84 Euro für ökologische Tierzüchtung und die Förderung artgemäßer Nutztiere ausgegeben (siehe Tabelle 5).
- » **Zukunftslabor.** Für das BODAN-Zukunftslabor zur Stärkung des inhabergeführten Bio-Fachhandels (siehe D4.1) haben wir in 2019 und 2020 jeweils gut 12.000 Euro ausgegeben.

- » **QuartaVista.** Bei QuartaVista (siehe D4.2) handelt es sich um ein öffentlich gefördertes Innovationsprojekt mit 30% Eigenanteil. Dieser belief sich für BODAN im Berichtszeitraum auf knapp 15.000 Euro.
- » **Personal- und Weiterentwicklung.** Das Wohlergehen der Mitarbeitenden hat bei BODAN einen hohen Stellenwert. Dies spiegelt sich in unseren freiwilligen Sozial- und Gesundheitsleistungen wider, z.B. in Zahlungen für Kantine, Massagen oder betriebliche Altersvorsorge. Auch im Bereich Wissen engagieren wir uns für Weiterbildung und persönliche Entwicklung. Eine systematische Erfassung von Weiterbildungsstunden und -Kosten zu etablieren, wird Aufgabe im nächsten Berichtszeitraum sein (siehe C1.1).

Tabelle 5: Aufwendungen für Zukunftsprojekte

(Förderung von Bodenfruchtbarkeit, ökologischer Pflanzen- und Tierzucht, in Euro)

Bodenfruchtbarkeit	2019	2020
- Biostiftung Schweiz	-	5.350,00
- Stiftung Trigon	2.500,00	-
Summe	2.500,00	5.350,00
Saatgut- und Pflanzenzucht/-forschung	2019	2020
- Zukunftsstiftung Saatgutfonds	7.200,00	7.200,00
- Kultursaat e.V.	2.768,00	1.500,00
- Zukunftsstiftung Landw. Info.dienst Gentechnik	750,00	1.000,00
- bioverita Nutzung Label lt. Vereinbarung	1.500,00	3.000,00
- BNN e.V. Pflanzenzüchtung (PPP-Sortenprojekt)	-	1.319,00
- Keyserlingk Institut	-	2.500,00
Summe	12.218,00	16.519,00
Ökologische Tierzucht	2019	2020
- Züchtungsent BID-ÖTZ	46.630,40	35.314,44
- Zukunftsstiftung Landwirtschaft. Förderung artgemäße Nutztiere	-	1.500,00
Summe	46.630,40	36.814,44
Summe Saatgutforsch., ökol. Tierzucht, Bodenfruchtbar.	59.848,40	58.683,44

In den Jahren 2019 und 2020 haben wir insgesamt 283.983,82 Euro für Spenden, Sponsoring, Mitgliedsbeiträge und Patenschaften für landwirtschaftliche Zwecke aufgewendet (siehe Tabelle 5-Tabelle 8). Man könnte die Ausgaben ebenso als freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens sehen (siehe E2.2). Zumal sie jedoch dem Ökolandbau im Allgemeinen und somit unserer Geschäftstätigkeit im Speziellen dienlich sind, betrachten wir sie als Zukunftsausgaben. Wünschenswert wäre aus unserer Sicht eine branchenweite Initiative, Grundlagenarbeiten wie Pflanzenzüchtung – gemessen am Anteil an der Wertschöpfung – zu unterstützen.

Als Projekt im GWÖ-Kontext möchten wir an dieser Stelle die **Bürgerkarte Bodenseekreis** hervorheben. BODAN ist seit 2019 Mitglied und hat im Berichtszeitraum über die Bürger Vermögen Viel Service GmbH (BVV) gemeinsam mit teilnehmenden Bioläden und deren Kund:innen insgesamt 11.804,75 Euro an gemeinnützige Projekte im Bodensee-Raum gespendet (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6: Förderung von Netzwerken mit Landwirtschafts-Bezug
(Ausgaben in Euro)

Förderung von Netzwerken	2019	2020
- SÖL Stiftung Ökologie & Landbau Junglandwirte	300,00	500,00
- Verein zur Förderung biologisch-dynamischer Landwirtschaft	150,00	150,00
- Verein zur Förderung biologisch-dynamischer Landwirtschaft - Wort Me- nue	400,00	-
- Verein zur Förderung Freie Landbauschule Bodensee	-	1.500,00
- BUND Regionalverb. Ökostation Freiburg	50,00	50,00
- Good Grapes for better Life e.V.	-	300,00
- Mellifera e.V. Spende	150,00	-
- BNN e.V. Zuschuss Sonderausstellung	1.500,00	-
- BNN Öko statt Ego-Kampagne	9.890,00	9.890,00
- proBiene Spende Volksbegehren Artenvielfalt	3.500,00	2.000,00
- Aurelia-Stiftung - Es lebe Die Biene	-	1.000,00
- BVV-Service GmbH Projekt-/Gemeinwohlbeitrag B2Bees	3.222,83	677,80
- BVV-Service GmbH Social Business Bürgervermögen	659,18	4.710,38
- Lebensbaum-Stiftung 40 Jahre Lebensbaum	250,00	-
- Bäuerliche Bildung + Kultur	250,00	-
- Allmenda Social Business	5.000,00	6.000,00
- Gentechnikfreie Landwirtschaft e.V. Tagung	-	3.500,00
- Bodenfruchtbarkeitsfonds veröff. Buch Das Gift und wir	-	1.000,00
- Purpose Stiftung - Plattform "wem gehört Bio"	-	3.000,00
- Netzwerk Biodynamische Bildung Demeter Ausbildungsfond	-	5.000,00
- GWÖ Spende Gemeinwohlökonomie	-	1.000,00
Summe	25.322,01	40.278,18

Tabelle 7: Sponsoring für landwirtschaftliche Zwecke
(Ausgaben in Euro)

Sponsoring für landwirtschaftliche Zwecke	2019	2020
- Lichtmessforum Bodensee / Demeter BW e.V.	-	500,00
- Bodensee Akademie Gentechnikfrei	-	250,00
- FarmersForFuture / FridaysForFuture	250,00	-
- Demeter Regionalgruppe	25,00	-
- Weltacker Überlingen	490,00	289,68
- Friedensbaum-Stiftung	150,00	-
Summe	915,00	1.039,68

Tabelle 8: Mitgliedsbeiträge und Patenschaften für landwirtschaftliche Zwecke
(Ausgaben in Euro)

Mitgliedsbeiträge und Patenschaften	2019	2020
- BNN e.V. Mitgliedsbeitrag	19.779,96	19.779,96
- BNN Beitrag Monitoring O+G	3.900,00	3.900,00
- Demeter-Bund e.V.	23.007,20	23.769,99

- GWÖ Mitgliedsbeitrag	700,00	700,00
- Bioring Allgäu Mietgliedsbeitrag	70,00	70,00
- Mellifera e.V. BeeGood Bienenpatenschaft	35,00	35,00
- Ökowerk e.V.	30,00	30,00
- bioverita Mitgliedsbeitrag	500,00	500,00
- Kultursaat e.V. Mitgliedsbeitrag	65,00	65,00
- Pestalozzi Wahlwies Mitgliedsbeitrag	30,00	30,00
- Ökokiste e.V. Fördermitgliedsbeitrag	-	900,00
Summe	48.117,16	49.779,95

Ansprüche der Eigentümer:innen an ihre Kapitalerträge und Begründung

Bereits bei Unternehmensgründung (1987) wurde in unseren Statuten verankert, dass wir mit Lebensmitteln und Naturwaren handeln, die einer gesunden und naturgemäßen Lebensweise dienen und zur Gesundung der Umwelt beitragen. Zweck unseres Unternehmens ist die wirtschaftliche Förderung und Betreuung von Erzeuger:innen, Händler:innen und Verbraucher:innen von Bio-Lebensmitteln. Diese Ansprüche bestehen bis heute fort und werden von unseren Eigentümer:innen, den Gesellschafter:innen, aktiv gelebt und gefördert. Eine direkte Gewinnausschüttungserwartung ist nicht vorhanden – die Resilienz und Liquidität der GmbH haben absoluten Vorrang.

Unsere Guthaben fließen mehrheitlich in ethisch-nachhaltige Projekte. Rücklagen verwenden wir teilweise für die Finanzierung von Investitionen und für die zukünftige Ablösung der Standort-Immobilie in Überlingen. Der überwiegende Teil der Investitionen floss dabei im Berichtszeitraum in Anlagen und Technologien zur Verbesserung der Umweltleistung.

Der BODAN Wertefluss (Abbildung 1) spiegelt das vertrauensvolle Für- und Miteinander auch im Bereich Finanzdienstleistungen, da sich auch hier das Interesse füreinander nicht nur immateriell, sondern bis in die Finanzströme hinein manifestiert.

Durch unser Engagement und unsere Öffentlichkeitsarbeit unterstützen wir überdies Initiativen zur Gestaltung alternativer Finanzkreisläufe in regionalen Strukturen wie die Regionalwert AG oder die Tagwerk eG.

GWÖ-Bewertung B2.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Umfangreiche Spenden und Sponsorings

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Systematische Erfassung von Zukunftsausgaben (Tatsächliche + Zusatzbedarf)
- » Systematische Erfassung von Weiterbildungsstunden und -Kosten
- » Regionale Humusinitiative für Bodenfruchtbarkeit und Klimaschutz
- » Einrichtung eines Blühfonds zur Förderung der Artenvielfalt

B2.2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Gründe für Standort-Verlagerungen oder -Schließungen

Es wurde weder ein Standort verlagert noch geschlossen.

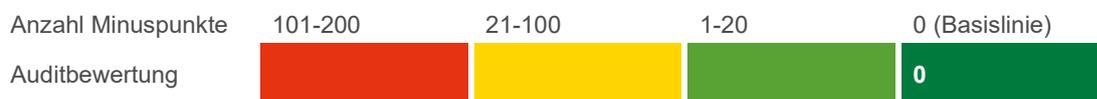
Gründe für Arbeitsplatzabbau trotz stabiler Gewinne

Die etwas geringere Zahl von Arbeitsplätzen in 2020 gegenüber 2019 (6 Vollzeitäquivalente) ist auf die üblichen, monatlichen Schwankungen zurückzuführen. Ein tatsächlicher Stellenabbau fand nicht statt.

Gründe für zweistellige Renditen als Kapitalerträge für nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter:innen

Im Berichtszeitraum wurden Gewinne in Höhe von 105.342 € aus dem Geschäftsjahr 2019 an unsere Stillen Gesellschafter:innen (siehe B1.2) ausgeschüttet. Davon flossen 26.335 € an die Mitarbeitenden GbR. Bei einer Kapitaleinlage von insgesamt 700.000 € (je 350.000 € Stammkapital der Gesellschafter:innen und Kapitaleinlage der Stillen Gesellschafter:innen) erzielten nicht im Unternehmen tätige Personen somit eine Rendite von 11,3 %. Bei ihnen handelt es sich um Anbauende, Verbände und Netzwerkpartner:innen, somit tragen die Gewinne zur Stärkung des Wertschöpfungskreislaufes bei. Teilweise werden sie uns als Darlehen zudem wieder zur Verfügung gestellt.

GWÖ-Bewertung B2.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Gewinnausschüttung an stille Gesellschafter:innen

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte bei Investitionsentscheidungen

Bei Investitionsentscheidungen orientieren wir uns an unserer Umweltpolitik, die eine möglichst regionale und ökologische Beschaffung von Waren und Dienstleistungen vorsieht. Diese hängt für alle Mitarbeitenden sichtbar am Weißen Brett und wird neuen Kolleg:innen bei Arbeitsantritt vorgelegt (siehe C3.3).

Sanierungsziele mit ökologischem Verbesserungspotential

Umweltfreundliches Firmengelände. BODAN verzichtet im Gebäude vollständig auf den Einsatz fossiler Brennstoffe. Durch eine hochwirksame Dämmung aller relevanten Bauteile wird Kälteverlust verhindert. In allen Prozessen, in denen Energie eine Rolle spielt, wird Wert auf weitere Energieeinsparungen gelegt.

Strom

- » 100% Ökostrom
- » 16-18% des Gesamtstromverbrauchs erzeugt BODAN mit der eigenen Photovoltaikanlage.

Wärme und Kühlung

- » Der Gesamtverbrauch von Strom und Wärme liegt bei 100% erneuerbaren Energien.
- » Wärmerückgewinnung
- » Geothermie-Anlage
- » Kühlanlage (neu): mit Propan-Sole-Gemisch

Gebäudematerialien und Dämmung

- » Gebäudedämmung mit Styrodur
- » Regelung der eingebrachten Temperatur in die Betonkernaktivierung der Decke
- » Materialien, Außenhaut: Mineralputz, Holzverkleidung und Styrodur
- » Wandkonstruktion zwischen den Brandabschnitten mit Beton. Darüber hinaus PU Paneele
- » Dachmaterialien: Flachdach mit Folie und extensiver Begrünung auf rund 20 cm Substrataufbau
- » Abwasserrohre: PE und Guss

Papier

- » Digitalisierung in der Kommissionierung (2016/2017)
- » Digitalisierung im Lager-Management (2019/2020)
- » Sämtliches für hauseigene Ausdrücke verwendete Papier trägt das EU-Ecolabel, ein Großteil ist außerdem FSC-zertifiziert oder trägt das Gütesiegel „Blauer Engel“.

Wasser

- » Nutzung von Regenwasser

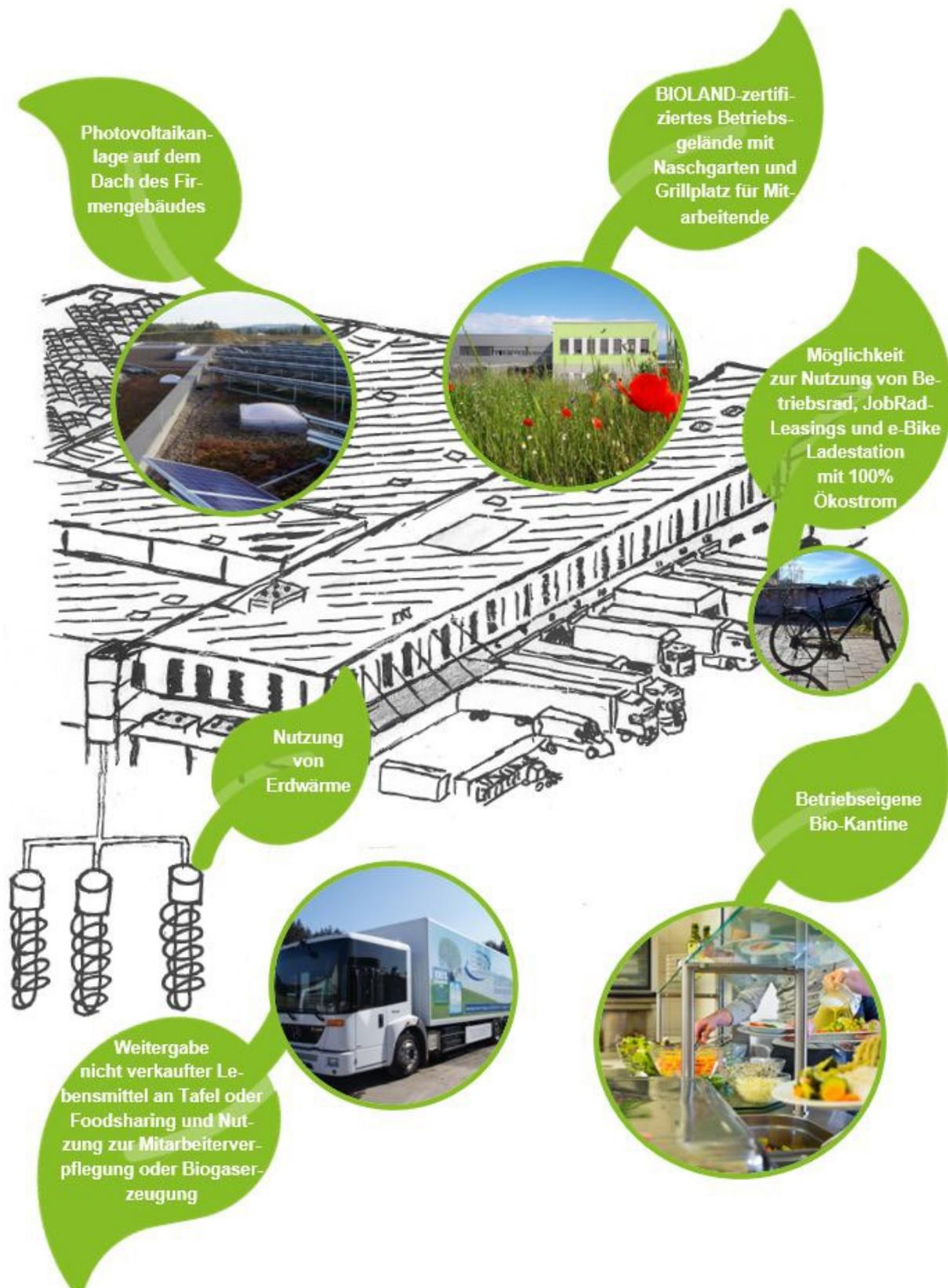
Abfall

- » Verwertung von Lebensmitteln zu 100%
- » Lebensmittel, die nicht mehr zum Verzehr geeignet sind, werden zum Erzeugen von Biogas genutzt

Biodiversität

- » Das Betriebsgelände leistet einen Beitrag zu Naturschutz und Artenvielfalt, insbesondere durch den artenreichen Naturgarten zertifiziert nach Bioland.

Abbildung 14: BODAN-Gebäude – interne Logistik am Firmensitz in Überlingen



Umweltschonende Transportlogistik. Da der größte Teil unserer Emissionen durch den Transport von Waren entsteht, sehen wir das größte ökologische Verbesserungspotential in den **LKW** unseres hauseigenen Fuhrparks. Hier investieren wir fortlaufend in moderne,

möglichst umweltschonende Technologien, z.B. in dieselfreie Transportkühlung oder in alternative Antriebe, die wir als sinnvolle Brückentechnologien ansehen, solange Wasserstoffantriebe noch nicht in der Fläche realisierbar sind (siehe auch E3.1).

Abbildung 15: Innovative Transport-Technologien im Einsatz

Dieselfreie Transportkühlung



- + CO₂ aus natürlichen Quellen
- + 75% weniger CO₂-Ausstoß als konventionelle Dieselsysteme
- + Keine NO_x-Emissionen (Stickoxide) oder anderen Abgase
- + Keine Rußpartikel

LKW mit Hybrid-Antrieb



- + Batterie lädt durch Energierückgewinnung im Bremsvorgang
- + Treibstoffverbrauch und CO₂-Ausstoß sinken erheblich
- + Extrem leiser Elektromodus schont die Anwohner

LKW mit Gas-Antrieb



- + Bis zu 90% weniger CO₂ als fossile Dieselantriebe (bei Biogas)
- + 95% weniger NO_x-Emissionen (Stickoxide)
- + Keine Rußpartikel
- + 15% weniger Lärm als vergleichbare Dieselmodelle

Doppelstock-Anhänger



- + Rund 60% höheres Ladevolumen (max. 83 Rollbehälter gegenüber 54 bei einem konventionellen Anhänger)
- + Reduktion der gefahrenen Kilometer und des CO₂-Ausstoßes

Umweltschonende Mobilität von Mitarbeitenden. Für unseren **Außendienst** ist eine Umstellung auf E-Mobilität angesichts der weiten Distanzen aktuell noch nicht sinnvoll. Hier

verzichten wir bewusst auf steuerliche Vergünstigungen, die wir für Hybrid-PKW erhalten könnten, da diese keine ökologische Minderbelastung bringen, wenn sie überwiegend mit Benzin oder Diesel betrieben werden. Eine Umstellung der Außendienst-Flotte ist geplant, sobald sinnvolle Reichweiten rein-elektrisch erzielt werden können.

2020 wurden **Schnell-Ladesäulen** mit einer Leistung von je 22 KW auf dem Betriebsgelände installiert, an denen 4 PKW parallel laden können. Die Energie kommt von Solarzellen auf dem Firmendach oder aus anderen regenerativen Quellen.

Zudem nehmen immer mehr Mitarbeitende das Angebot des **Jobrad-Leasings** an. In 2019 wurden neu 12 geleast, in 2020 kamen 18 weitere hinzu (siehe C3.2).

Investitionsmittel und nutzbare Förderprogramme

Für die Installation von **Schnell-Ladesäulen** haben wir in 2020 zur „Förderung von Ladeinfrastruktur in BW“ De-Minimis-Beihilfen in Höhe von 8.856,91 Euro bei der L-Bank beantragt. Zudem haben wir in 2020 vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle einen Umweltbonus über 3.000 Euro für die Anschaffung eines E-Pkw (VW-Golf) erhalten.

Für den Fuhrpark erhalten wir jährlich 33.000 Euro De-Minimis-Beihilfen des Bundesamtes für Güterverkehr. Auf Grundlage der „Richtlinie über Förderung der Sicherheit und der Umwelt in Unternehmen des Güterkraftverkehrs mit schweren Nutzfahrzeugen“ finanzieren wir hiermit **leise Reifen** sowie eine angemessene **Sicherheits-Ausstattung** unserer LKW.

Unsere Hybrid-Lkw können sehr **leise und emissionsarm** fahren, sind aber **etwa 45.000 Euro teurer** als herkömmliche Diesel-LKW. Mit ähnlichen Mehrkosten ist auch bei der Anschaffung von CNG- und LNG-LKW zu kalkulieren. Zuletzt haben wir 2018 ein Förderprogramm hierfür in Anspruch genommen, das inzwischen jedoch eingestellt wurde.

Konkrete Sanierungen und Investitionen 2019 und 2020

- » Fortlaufende Investitionen in alternative Antriebstechnologien:
1 CNG-Gas-LKW, 1 LNG-Gas-LKW
- » Installation von 2 Schnell-Ladesäulen mit einer Leistung von je 22 KW für das parallele Laden von insgesamt 4 E-PKW
- » Anschaffung eines E-PKW (VW-Golf) als ZBV-Fahrzeug
- » Umstellung von einem Teil PKW-Firmenwagen-Pools auf Hybrid-PKW (dort, wo bei gegebenen Fahrstrecken/Nutzungsverhalten positive Klimaeffekte entstehen). Bisher angeschafft wurden 1 VW Passat GTE, 1 Skoda Superb und 1 Golf GTE.
- » Digitalisierung unserer Lagerhaltung (Papiereinsparung, weniger Fehllieferungen und dadurch Vermeiden unnötiger Transporte durch Hin- und Rückversand)
- » Einrichtung eines Naschgartens mit Grillplatz, den unsere Mitarbeitenden seither nutzen und pflegen (siehe C4.3)
- » Beschaffung von Bildschirmen sowie Laptops fürs Homeoffice
- » Etappenweise Umstellung von Leuchtstoffröhren auf LED (in Arbeit)

GWÖ-Bewertung B3.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Siehe oben (umgesetzte Sanierungen)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Fortlaufende Investitionen in alternative Antriebstechnologie für unseren Fuhrpark
- » Elektrifizierung unserer Dienstwagenflotte mit zunehmender, technischer Verfügbarkeit
- » Installation weiterer E-Ladesäulen auf unserem Betriebsgelände
- » Umstellung von Leuchtstoffröhren auf LED (Fortführung)
- » Systematische Erfassung von Sanierungsbedarf und realisierter Sanierung

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Indikator Veranlagungen	2019	2020
in sozial-ökologische Projekte	901.189,29 €	835.195,04 €
Anteil sozial-ökologischer Projekte an Veranlagungen gesamt	100 %	100 %

Beteiligung an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte

Wir sind mit **Minderheitsbeteiligungen** an mehreren ethisch-ökologischen Unternehmen und Verbänden in unserer Region und darüber hinaus beteiligt (siehe Auflistung unter „Allgemeine Informationen zum Unternehmen“). In 2019 belief sich die Beteiligungssumme auf 270.091,49 Euro, in 2020 waren es 276.091,49 Euro. Zusätzlich haben wir **Darlehen** an Unternehmen vergeben, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (32.817,77 Euro in 2019 und 29.409,76 Euro in 2020).

Als Partnerunternehmen unterstützen wir durch regelmäßigen **Know-how-Transfer** die Regionalwert AG Freiburg (www.regionalwert-ag.de) wie auch die Regionalwert Treuhand und damit kooperative sozial-ökologische Unternehmungen im Raum Freiburg und darüber hinaus. Zudem engagiert sich BODAN in der Region Freiburg auch auf der Kapitalebene – mit **Minderheitsbeteiligungen** an mehreren regionalen Einzelhandels-Initiativen des Regionalwert-Netzwerks. Durch Abpuffern von Anfangsverlusten und Risikominimierung für unternehmerische Initiativen machen wir Zukunft möglich.

Des Weiteren vergeben wir **Darlehen an Bioläden**, die zur Standortentwicklung und für Neugründungen eingesetzt werden. In 2019 belief sich die Summe auf 598.280,03 Euro, in 2020 waren es 529.693,79 Euro. Diese Kredite kommen in vollem Umfang der Entwicklung der ökologischen Lebensmittelwirtschaft zugute, denn sie ermöglichen den Aufbau weiterer Standorte zur Distribution von Produkten aus nachhaltiger Produktion. Die Darlehen werden mit einem Zinssatz (i.d.R. 5%) ausgelobt, der an den Refinanzierungskosten angelehnt ist und den Verwaltungsaufwand sowie das Risiko deckt. In Einzelfällen fördern wir besonders unterstützungswürdige Projekte auch durch den teilweisen Verzicht auf Kreditzinsen.

Fond-Veranlagungen gab es im Berichtszeitraum keine.

Informationsquellen für erwartete sozial-ökologische Wirkungen

Die Geschäftsleitung fragt bei den Projektinitiator:innen Businesspläne, Planungsrechnungen und sonstige relevante Unterlagen oder Informationen zu den Projekten ab und führt

persönliche Gespräche, bei denen auch die erwartete sozial-ökologische Wirkung des jeweiligen Projekts beleuchtet wird.

GWÖ-Bewertung B3.2



B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Einsatz ökologisch bedenklicher Ressourcen für das Geschäftsmodell

Wesentliche Umweltaspekte. Mit **Umweltaspekten** sind alle Bestandteile und Prozesse bei BODAN gemeint, die in Wechselwirkung mit der Umwelt treten.

Den weitaus größten negativen Umwelteinfluss haben die **CO₂-Emissionen unseres Fuhrparks**, der auf fossile Brennstoffe wie Diesel und Erdgas angewiesen ist. Dies ist mit unserer Struktur als Logistikunternehmen mit Fokus auf Frischeauslieferung zu begründen. Auch PKW-Fahrten lassen sich aufgrund der ländlichen Lage vieler Lieferbetriebe und Bioläden nicht immer vermeiden. Allerdings versetzt uns der eigene Fuhrpark in die Lage, direkten Einfluss auf die eingesetzte Technologie zu nehmen.

Weitere wesentliche Umweltaspekte in Hinblick auf unser Geschäftsmodell sind **Strom- und Papierverbrauch, Abfall, nachhaltige Beschaffung, Biodiversität und Bodenfruchtbarkeit**. Diese Umweltaspekte stehen im **direkten und indirekten Zusammenhang** mit unserer Tätigkeit und wirken sich maßgeblich auf die Umwelt aus (siehe Tabelle 9 und Tabelle 10). Bei der Auswahl unserer Lieferant:innen richten wir unseren Fokus auf eine nachhaltige Linie, die sich über mehrere Herstellungsstufen hinweg zurückverfolgen lässt und umweltschonende Aspekte mit einbezieht (siehe A3.1).

Tabelle 9: Direkte Umweltaspekte

Direkter Umweltaspekt	Potenzielle Auswirkungen auf die Umwelt	Bedeutung	Maßnahme
Strombezug von zertifiziertem Ökostrom	<ul style="list-style-type: none"> 100% klimafreundlich 100% ökologische Energiequellen Keine Energie von Atom-, Kohle- oder Ölkraftwerken 	A	100% Ökostrom aus Wasserkraft (Firma Polarstern) 2020
Strombezug eigene PV Anlage	<ul style="list-style-type: none"> Reduzierung von Graustrom Errichtete Anlage setzt kein CO₂ frei 	A	13 % des Strombezugs kommen von unserer PV Anlage.

	<ul style="list-style-type: none"> Umweltauswirkung durch die Herstellung und Entsorgung 		Die Umweltauswirkung durch die Herstellung und Entsorgung ist über Scope 3 berücksichtigt.
Papierverbrauch	<ul style="list-style-type: none"> Recyclingpapier: Reduktion von Wasser- und Holzverbrauch Frischfaserpapier: Bäume müssen gefällt werden 	C	Fast 100% Einsatz von Recyclingpapier
Umweltfreundliche Heizwärme	Kein Einsatz von fossilen Brennstoffen.	C	Einmaliger Baueinsatz; Einsparung von Ressourcen durch Wärmerückgewinnung und Geothermie
Wasser & Abwasser -	Trinkwasser-Einsparung	C	Brauchwasser für LKW Reinigung, Toilettenspülung aus der Zisterne. Einleitung von anfallendem Abwasser bei der LKW Reinigung in das örtliche Kanalisationsnetz. Öl wird durch den Ölabscheider abgetrennt.
Abfall (nicht gefährlich)	Verbrauch von Ressourcen, Emissionen in vor- und nachgelagerter Stufe	A	Einhaltung der Gewerbe-Abfallverordnung. Vermeidung von Lebensmittelabfällen.
Abfall (gefährlich)	Gefährdungsgrad je nach Abfallschlüssel	C	Gesonderte Entsorgung von Leuchtstoffröhren, Altschmierstoffen, Altölen.
Erhalt der Biodiversität	Ein Verlust der biologischen Vielfalt wirkt sich auf das Ökosystem aus. Der Ernährungssektor nimmt erheblichen Einfluss auf die Biodiversität.	A	Beschaffung regionaler Bio-Ware. Anbauzertifizierte Ware (Demeter). Bioland-zertifiziertes Firmengelände fördert die Erhaltung autochthoner Pflanzen. Vermarktung von alten, samenfesten und biologisch gezüchteten Sorten. (ProSpecieRara; bioverita).
Lärmemission	Einfluss im innenstädtischen Raum auf Anwohner	C	PIEK-standardisierte Technik

CO _{2e} -Emissionen durch Kraftstoffeinsatz	Durch den Einsatz von endlichen, fossilen Brennstoffen im Fuhrpark resultieren CO ₂ -Emissionen, welche zum Treibhausgasereffekt beitragen. Anthropogener CO ₂ -Ausstoß gefährdet das globale Klima.	A	Zertifizierter Diesel, alternative LKW- und PKW-Antriebe (Gas, Hybrid, Elektro)
--	--	---	---

Tabelle 10: Indirekte Umweltaspekte

Indirekter Umweltaspekt	Potenzielle Auswirkungen auf die Umwelt und unternehmerische Gesellschaftsverantwortung	Bedeutung
Emission durch die Mobilität zum Arbeitsplatz	Anthropogener CO ₂ -Ausstoß gefährdet das globale Klima.	B
Emission durch den Warenbeschaffungsverkehr	Anthropogener CO ₂ -Ausstoß gefährdet das globale Klima.	A
Biodiversität & Bodenfruchtbarkeit	Durch die biologische und biologisch-organische Landwirtschaft ist per se die Biodiversität bessergestellt.	A
Nachhaltige Beschaffung	Menschenrechte, Tierwohl, Umweltbedingungen	B

Erklärung zur Bedeutung und Bewertung der Umweltaspekte. Die Buchstaben A, B und C stehen für den **Grad der Bedeutung**.

A steht für sehr wichtig, **B** für durchschnittlich und **C** für gering. Diese Bewertung ist das Ergebnis einer Matrix, welche die relative quantitative Bedeutung, prognostizierte zukünftige Entwicklung und relative Gefährdungsbeurteilung des Umweltaspekts berücksichtigt.

Abbildung 16: Bewertung von Umweltaspekten nach Bedeutung, prognostizierter Entwicklung und Gefährdungspotential

relative quantitative Bedeutung	prognostizierte künftige Entwicklung	Relatives Gefährdungspotenzial		
		hoch	durchschnittlich	gering
hoch	zunehmend ^	A	A	B
	stagnierend -	A	B	B
	abnehmend v	B	B	B
durchschnittlich	zunehmend ^	A	B	B
	stagnierend -	B	C	C
	abnehmend v	B	C	C
gering	zunehmend ^	B	B	B
	stagnierend -	B	C	C
	abnehmend v	B	C	C

Grundsätzlich sind alle Umweltaspekte bedeutungsvoll. Die genannten Umweltaspekte können sich sowohl positiv als auch negativ auf die Umwelt auswirken. Um die negativen Auswirkungen möglichst gering zu halten, werden Maßnahmen ergriffen.

Manche Maßnahmen werden **einmalig** ergriffen. Ein Beispiel dafür sind die fest integrierten baulichen Maßnahmen (Geothermie, Wärmerückgewinnung), auf die wir später keinen weiteren Einfluss nehmen können. Demzufolge stehen sie bei uns nicht mehr im Fokus und die Bedeutung ist somit gering zu bewerten. Auf andere Umweltaspekte haben wir wiederum nur einen **bedingten Einfluss**. Dies betrifft vor allem die indirekten Umweltaspekte. Hierzu zählt etwa die Mobilität zum Arbeitsplatz. Hier können wir unterstützend eingreifen, indem wir aktiv Betriebsfahräder, Jobrad-Leasing oder eine speziell für BODAN angefertigte Mitfahrzentrale anbieten. Doch bleiben die Ausgestaltung und der Grad der Realisierung von der individuellen Entscheidung der Mitarbeitenden abhängig. Ein weiterer **indirekter Umweltaspekt** ist die „Biologische Vielfalt“. Diese können wir durch unseren aktiven Warenbezug aus 100% Bio-Lebensmitteln beeinflussen und damit zum Erhalt biologischer Vielfalt beitragen.

Die Umweltaspekte ziehen sich durch unser gesamtes Umweltmanagementsystem, z.B. sind sie in der **Umweltpolitik** erfasst, im **Umweltprogramm** mit Umweltzielen definiert. Die Indikatoren werden mit **Kennzahlen** überwacht.

Unsere Umweltaspekte beziehen sich auf verschiedene Abteilungen. Die Verantwortung für die Durchführung der Maßnahmen tragen die jeweiligen Kolleg:innen in ihrem Handlungsbereich. Die Aufrechterhaltung des Systems mit Überwachung aller rechtlichen Vorschriften und die Koordinierung der Aktivitäten der Umweltbeauftragten stellt die von der Geschäftsführung berufene Umweltmanagementbeauftragte mindestens einmal im Jahr sicher.

Geplante oder umgesetzte Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit

Siehe Tabelle 11.

Tabelle 11: Umweltziele und Umweltprogramm

	W.-Analyse ¹	Ziele	Maßnahme	Termin	Status
1		Reduzierung des Stromverbrauchs			
1.1	Ö7	Analyse über den Stromverbrauch nach Lagerhalle	Einführung & stärkere Überwachung der Stromverbraucher mittels einer Software. Einführung einer Software mit Dashboard-Funktion, besser Messbarkeit der Einzelverbraucher, um Rückschlüsse über Verbesserungspotentiale im Stromverbrauch ziehen zu können.	Ende 2022	In Planung
1.2	Ö7	Stromeinsparung durch Einsatz von LED	Sukzessiver Austausch der Beleuchtung durch LEDs (Außenanlage, Lager TK, Mopro)	Seit 2021 laufend	In Umsetzung

¹ Bezug zur Wesentlichkeitsanalyse

2		Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen			
2.1	Ö3	Umweltfreundliche Kühltechnik im Fuhrpark	Anschaffung eines Fahrzeugs mit einer Rekuperationsladung (elektrische Kühlung)	Ende 2021	Fristgerecht umgesetzt
2.2		Umweltfreundlichere Kühltechnik am Gebäude	Einsatz umweltschonender Kühltechnik, Komplettumstellung auf Propan und Sole. Umstellung der bereits existierenden stationären Kühlstellung R404a auf das Kühlmittel Sole und Propan	Ende 2021	Ziel wurde bis auf Weiteres stillgelegt. Da die Anlage ohne Verluste und Störung läuft.
2.3	Ö3	Kompensation der CO ₂ e aus dem Fuhrpark	Kompensationsmaßnahmen mit der Fa. Positerra: - In der Region mit landwirtschaftlichen Betrieben aus dem eigenen Wertschöpfungskreislauf durch Humusaufbau (300 T in 2021) - International, dabei vorzugsweise mit Bezug zu Anbaugebieten (1.606,74 T in 2020; bisher ohne Bezug zu Anbaugebieten)	Ab 2021 (längerfristig geplant)	In Umsetzung
2.4		Förderung der Mobilität zum Arbeitsplatz	Anschaffung E-Ladesäulen (2 Säulen mit insges. 4 Ladepunkten)	Mai 2020	Fristgerecht umgesetzt
3		Nachhaltige Beschaffung			
3.1	W4 ST1 ST5 ST3	Bis Ende 2022 ist das Sortiment im Bereich "Kaffee" zu 100 % sozialstandardzertifiziert bzw. es können ähnliche Standards oder Projekte nachgewiesen werden.	Step 1: IST-Wert ermitteln %-Kaffe fair; Step 2: Leitfaden für den Einkauf erstellen; Step 3: Kommunikation mit Einkauf; Step 4: Auswerten	Ende 2022	In Umsetzung
3.2	W4 ST5 Ö6	Eine skalierbare, transparente, nachhaltige Beschaffung	Einführung eines Fragebogens an Hersteller mit Nachhaltigkeitsfragen /-indikatoren, welche als Basis einer Nachhaltigkeitsanalyse dient.	Ende 2021	Fristgerecht umgesetzt
3.3	KP1	Förderung der Regionalentwicklung durch regionale Absatzstrukturen (Süddeutschland)	Entwicklung einer regionalen Getreidelinie mit den Labels "Bioverita" & ProSpecierara.	Ende 2021	In Umsetzung
3.4	KP2	Förderung einer nachhaltigen Regionalentwicklung	Förderung ökologischer und sozialer Projekte in der Region über die Bürgerkarte Bodenseekreis (https://buergerkarte-bodensee-oberschwaben.de/)	laufend	In Umsetzung
4		Transportmittel & Papier			

4.1	Ö1	Vermeidung von Spanngurt-Verluste	Ressourcenschonender Einsatz und Appell zur Rückführung	laufend	Der Kauf steigt mit zunehmendem Umsatz an. Umsetzung nicht wie erhofft. Außerdem steigt der Einsatz durch die Einsparung von Wickelfolie.
4.2	Ö1	Reduzierung von TK-Container Zukauf, durch eine verwechslungsfreie Rückführung	Besprühen von TK-Containern	laufend	
4.3		Reduzierung des Papierverbrauchs	Einführung eines elektronischen Rechnungsversandes	2021	Bisher in keiner Umsetzungsstufe. Mangel IT-Kapazitäten für 2021 stillgelegt. Verschoben auf 2022
5		Förderung der Biodiversität und Bodenfruchtbarkeit			
5.1	W2 Ö5	Erhaltung und Förderung von Agrobiodiversität	Bevorzugte Vermarktung von Produkten aus samenfesten Sorten, insbesondere mit den Labels „ProSpecieRara“ und „bioverita“: - Projekt "Vielfalt Schmeckt" zur Vermarktung alter, vom Aussterben bedrohter Gemüsesorten mit dem Gütesiegel „ProSpecieRara“. Seit Januar 2021 Erweiterung auf Obst, Getreide und verarbeitete Produkte - Projekt mit bioverita zur Vermarktung ökologisch gezüchteter Gemüsesorten unter dem „bioverita“-Label. Auch hier Erweiterung auf Obst, Getreide und verarbeitete Produkte geplant	laufend	In Umsetzung
5.2	Ö5	Förderung von Artenvielfalt auf regionalen landwirtschaftlichen Betrieben aus dem BODAN-Wertschöpfungskreislauf	Einrichtung eines Fonds für die Anlage von Blühstreifen, der über die Wertschöpfungskette / Gesellschaft finanziert wird	Ende 2023	In Planung
5.3	Ö5	Förderung von Zweinutzungshühnern als Alternative zum Kükentöten und für Unabhängigkeit von industriellen Zuchtstrukturen	Vermarktung von Eiern und Fleisch von Zweinutzungshühnern	Laufend	Beginn der Vermarktung ab Okt. 2021 (Eier) bzw. ab Winter 2021/22 (Fleisch).

Ausstieg aus fossilen Energieträgern und Bedeutung für das Unternehmen

Vermeiden. Oberstes Gebot hat bei uns das Vermeiden klimaschädlicher Emissionen.

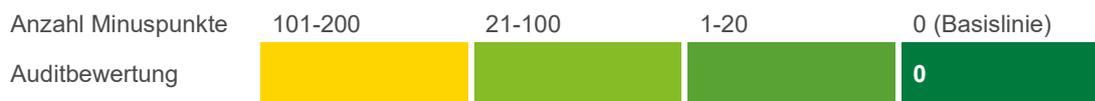
In unserem Gebäude in Überlingen verzichten wir bereits vollständig auf den Einsatz von fossilen Brennstoffen (siehe B3.1).

Im Fuhrpark tragen eine effiziente Transportlogistik und bessere Auslastung unserer LKW dazu bei (siehe E3.1). Um uns hier weiter zu verbessern und Transportstrecken zu verkürzen, möchten wir künftig einen noch stärkeren Fokus auf regionale Wertschöpfungskreisläufe legen.

Reduzieren. Immer dann, wenn fossile Energieträger und Emissionen nicht vermieden werden können, verfolgen wir die Strategie der Reduktion. Hierunter fallen die alternativen Antriebstechnologien unseres Fuhrparks. Diese sehen wir als Brückentechnologie, die wir so lange einsetzen, bis es eine wirklich klimaneutrale Alternative gibt (siehe B3.1 und E3.1).

Kompensieren. Wo auch alle Möglichkeiten zur Reduktion ausgeschöpft sind, kommt die Kompensation zum Tragen. Hierunter fallen die Emissions-Zertifikate für den Diesel an unserer Hoftankstelle sowie unser geplantes Humusaufbau-Projekt (siehe B2.1 und E3.1).

GWÖ-Bewertung B3.3



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Förderung der Mobilität zum Arbeitsplatz durch E-Ladesäulen
- » Vermarktung von alten, samenfesten Sorten (ProSpecieRara) und von Sorten aus Bio-Züchtung (bioverita).
- » Anschaffung 1 CNG-Gas-LKW und 1 LNG-Gas-LKW
- » Installation von 2 Schnell-Ladesäulen mit in Summe 4 Ladepunkten für PKW (100% Ökostrom)
- » Anschaffung eines E-PKW (VW-Golf) als ZBV-Fahrzeug
- » Umstellung von einem Teil PKW-Firmenwagen-Pools auf Hybrid-PKW
- » Digitalisierung unserer Lagerhaltung
- » Etappenweise Umstellung von Leuchtstoffröhren auf LED (in Arbeit)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Umweltfreundlichere Kühltechnik
- » Umstellung auf elektronische Sachkostenrechnung
- » Reduktionen der Emissionen in der Transportkette: Vermeidung unnötiger Strecken, alternative Antriebstechnologie & Kompensation

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Indikator: Verteilung des Eigenkapitals nach Berührungsgruppen

(Kapitalanteil der jeweiligen Berührungsgruppe in %)

Indikator	2019	2020
Kapitalanteil der Führungskräfte	16	16
Kapitalanteil sonstige Berührungsgruppen	56	56
Kapitalanteil sonstiger Mitarbeitender	2	2
Kapitalanteil UnternehmerInnen	22	23
Kapitalanteil von Kund:innen	2	2
Kapitalanteil von Lieferant:innen	2	2
Kapitalanteil von nicht mittätigen Kapitalinvestor:innen	0	0

Eigentümer:innen – ihre Anteile, Rechte, Pflichten und Haftungen

Die BODAN GmbH hat vier Gesellschafter:innen:

- » Die Firma selbst
- » Sascha Damaschun (einer der beiden mitarbeitenden Geschäftsführer)
- » Horst Müller (inzwischen pensionierter Firmenmitgründer)
- » Die Assoziative Regionale Groß- und Einzelhandelsorganisation GmbH (ARGO)

Die Stillen Gesellschafter:innen (siehe B1.2) mit einem Kapital von 350.000 Euro sind alle dem Wertschätzungskreislauf unseres Unternehmens zuzurechnen: Es sind Mitarbeitende der BODAN GmbH, Anbauende, Verbände und Netzwerk-Partner:innen, die größtenteils ihre Gewinnbeteiligung durch langfristige Darlehen im Unternehmen belassen. Teil der Stillen Gesellschafter:innen ist eine Mitarbeitenden-GbR mit acht Mitgliedern, die in 2014 gegründet wurde und im Beirat vertreten ist. Wenn ein Mitglied ausscheidet, kann ein neues Mitglied, das vorgeschlagen wird, diesen Anteil übernehmen.

Die Zinszahlungen an die Genussrechtsinhaber:innen haben wir jährlich vorgenommen, wobei alle Inhaber:innen entweder Mitarbeitende, Lieferant:innen oder Kund:innen waren.

Formen der Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung

Die Gesellschafter:innen sind Hüter und Wärter des Wertebilds von BODAN. Sie achten darauf, dass BODAN auf dem ursprünglich angelegten Pfad bleibt, insbesondere was wichtige Strategie- und Grundsatzentscheidungen angeht. Die Mitentscheidung insbesondere im täglichen, operativen Geschäft erfolgt über den Beirat und Geschäftsleitungskreis, die jedoch mit Ausnahme eines geschäftsführenden Gesellschafters nicht am Firmeneigentum beteiligt sind (siehe C4.3).

Transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer:innen und Einweisung neuer Eigentümer:innen

Ein regelmäßiger Jour Fixe der Geschäftsführung mit dem Beirat, Gesellschafterversammlungen und Sitzungen im Geschäftsleitungskreis sorgen für transparente Entscheidungen (siehe C4.3). Neue Eigentümer:innen sind im Berichtszeitraum nicht hinzugekommen.

Fördern der Erweiterung bzw. Verbreiterung der Eigentumsstruktur

Eine Erweiterung der Eigentümer:innenstruktur ist aktuell nicht in Planung.

Veränderung und Absicherung der Eigentumsstruktur

Ende 2018 ist die BODAN GmbH durch Rückkauf eines 25%-Anteils selbst Gesellschafterin geworden.

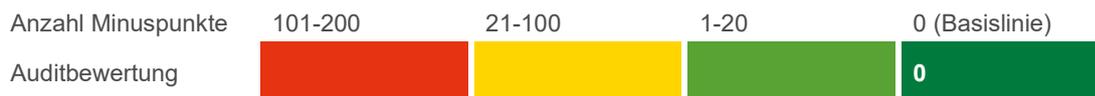
GWÖ-Bewertung B4.1



B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Eine feindliche Übernahme ist nicht möglich, da wir keine Aktiengesellschaft sind.

GWÖ-Bewertung B4.2



C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur

Indikatoren: Mitarbeitendenorientierung

Indikator	2019	2020
Fluktuationsrate	30,04 %	30,4 %
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	6 Jahre	6 Jahre
Anzahl Bewerbungen gesamt	180	200
Anzahl Initiativbewerbungen	20	25 Anzahl

Anzahl Zufriedenheitserhebungen	0	0
Anzahl Auszubildende	7	7
Anzahl duale Studierenden	1	2

Anmerkung: Eine systematische Erfassung unserer Angebote für Weiterbildung und Entwicklungsmöglichkeiten erfolgt aktuell nicht.

Allgemeine Maßnahmen und Prozesse

Wir bei BODAN verstehen wir uns als großes Team mit **flachen Hierarchien**. Die Türen unserer Führungskräfte sind stets offen für die Anliegen der Kolleg:innen, und wir pflegen einen wertschätzenden, respektvollen Umgang miteinander. Hierauf legen wir auch im Rahmen unseres Führungskräfteprogramms wert, das im Berichtszeitraum Corona-bedingt pausieren musste, aber in 2021 wieder fortgesetzt wird.

Jährlich gestaltet die Mitarbeitendenvertretung (MAV) eine **Sommer- und Weihnachtsfeier**. Zur Sommerfeier lädt BODAN die ganze Familie ein, Zaubervorführungen und eine Hüpfburg sorgen dafür, dass auch Kinder ihre Freude haben. Corona-bedingt mussten wir in 2020 pausieren.

Auch die **räumliche Gestaltung** richten wir am Wohl der Mitarbeitenden aus: Es gibt Ruheräume, Grünflächen und Sitzgelegenheit im Freien sowie einen Naschgarten mit Grillplatz, den Kolleg:innen vor allem im Sommer gerne für Zusammenkünfte am Abend nutzen.

Qualifikation und Weiterbildung

Unser Unternehmenserfolg ist stark von den Kenntnissen und Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden abhängig. Um Wissen aufzubauen und zu erhalten engagieren wir uns auf verschiedenen Ebenen für Aus- und Weiterbildung. Noch erfassen wir die in Anspruch genommenen Stunden und dafür aufgewendeten Geldsummen nicht systematisch. Dies ist jedoch im Rahmen der neu eingerichteten Stelle im Personalwesen im nächsten Berichtszeitraum geplant.

Ausbildung

BODAN bildet regelmäßig in **zwei bzw. drei Ausbildungsberufen** aus:

- » Kaufmann/Kauffrau für Groß- und Außenhandel (ab 2021 Kaufmann/Kauffrau für Groß- und Außenhandelsmanagement; Dauer 3 Jahre; 3 Abschlüsse im Berichtszeitraum)
- » Fachkraft für Lagerlogistik (Dauer 3 Jahre; 2 Abschlüsse im Berichtszeitraum)
- » Seit 2019 auch Fachlagerist:in (Dauer 2 Jahre, noch keine Abschlüsse im Berichtszeitraum)

Im Rahmen eines abgestimmten Ausbildungsplans erhalten die Auszubildenden Einblicke in alle relevanten Abteilungen. Die Ausbildung zum/zur „**Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel**“ umfasst überwiegend bürobasierte Aufgaben aus Ein- und Verkauf, Marketing, Personalverwaltung sowie Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement. Hinzu kommen Einblicke in Lagerwirtschaft und logistische Abläufe.

Im Ausbildungsberuf „**Fachkraft für Lagerlogistik**“ liegt der Schwerpunkt auf dem Verstehen von Zusammenhängen und Prozessen in der Logistik.

In beiden Ausbildungsberufen legt BODAN viel Wert auf Transparenz und praktische Einblicke in alle Abteilungen, die das Berufsbild berühren. Der Ausbildungsleiter ist jederzeit offen für Fragen und leistet Hilfestellung vor Prüfungen, indem schwierige Themen gemeinsam durchgesprochen werden. Insgesamt haben sieben Kolleg:innen die **IHK-Ausbildereignung** und übernehmen in ihren Bereichen teilweise die Betreuung.

Regelmäßig begleiten die Auszubildenden auch Auftritte und Besuche auf verschiedenen Messen, wie der Biofach in Nürnberg, der BioSüd in Augsburg und der BODAN-Hausmesse in Friedrichshafen. Dabei übernehmen sie Aufgaben und Verantwortung in der Vorbereitung und Umsetzung.

Duales Studium

Seit 2018 bietet BODAN zusammen mit der Alanus Hochschule in Bonn ein **Duales Studium** im Bereich der Betriebswirtschaftslehre (Wirtschaft neu denken). Durch das Verknüpfen von Theorie und Praxis kann theoretisch Erlerntes in der Praxis angewendet und so durch Erfahrungswissen vertieft werden. In der Praxisphase bei BODAN übernehmen die Studierenden modul- und projektbezogene Aufgaben. Eine der beiden Studentinnen hat unsere Umweltbeauftragte bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts 2019 unterstützt und ihre Erfahrung in einem kleinen Interview geteilt (siehe C3.3).

Fort- und Weiterbildungen

Im Berichtszeitraum haben wir folgende Weiterbildungen im Bereich Logistik angeboten:

- » Logistikmeister (ein Abschluss und drei neu begonnene Meisterkurse)
- » Master of Business Administration (MBA) „Logistik – Management & Consulting“ des Geschäftsleiters interne Logistik bei voller Kostenübernahme durch BODAN

Weitere Schulungen

Neben der Basic-BODAN Schulung (siehe C3.3) werden Schulungen auf den folgenden Feldern angeboten:

- » Finanz- und Personalwesen
- » Produkt- und Verkaufsschulungen
- » Weiterbildungen zum Auditor (ISO 14001)
- » Regelmäßige Fahrerschulungen.

Auf Antrag sind auch Bildungsurlaube möglich.

Ausländische Kolleg:innen mit geringen Deutschkenntnissen, die in „Deutsch als Fremdsprache“ erfolgreich die Stufe B1 oder höher abgeschlossen haben, bieten wir eine Teilkostenerstattung für die Teilnahme an einem Deutschkurs.

Praktika für Orientierungssuchende

Neben Ausbildungsplätzen bieten wir jungen und älteren Orientierungssuchenden seit vielen Jahren die Möglichkeit, bei Praktika Einblick in verschiedene Berufsbilder zu erhalten. Hiermit möchten wir **Entwicklungsperspektiven** in einer nachhaltigen Branche aufzeigen und Orientierungssuchende integrieren. 2019 haben wir insgesamt 14 Praktika ermöglicht, 2020 war dies coronabedingt nicht möglich.

Qualifizierungsmaßnahmen zur Stärkung der Beratungsqualität

Unseren Mitarbeitenden in Verkauf sowie der Strategie- und Fachberatung im Außendienst bieten wir **fachliche Qualifizierungen** sowie umfassende **Produktschulungen** an. Auch bei den **Themenexkursionen** auf den Bio-Höfen des Netzwerks „WIR Bio Power Bodensee“ und **Erzeugerreisen** ins Ausland (etwa mit Naturkost Schramm) können interessierte Kolleg:innen teilnehmen (siehe A4.2). Ferner haben unsere Mitarbeitenden die Möglichkeit, an Seminaren des Bildungsnetzwerks Naturkost (binako) teilzunehmen, das von BODAN mitgetragen wird.

Umgang mit Fehlern und Konflikten

Bei BODAN herrscht eine Kultur der offenen Türen, bei der Teamleitung und Geschäftsführende jederzeit für alle Mitarbeitenden ansprechbar sind. Anstelle einer Problemorientierung setzen wir auf lösungsorientierte Prozesse und Verbesserungen.

Bei personellen Schwierigkeiten nutzen wir die Gesprächsform einer **Mitarbeitendenanhörung** mit:

- » betroffene Person
- » Teamleitung
- » ein Mitglied der Mitarbeitendenvertretung (MAV) und
- » einer Vertretung des Geschäftsleitungsbereiches Verwaltung (Personal)

Aus der Anhörung werden in gegenseitiger Wertschätzung Maßnahmen zur Konfliktlösung abgeleitet, empfohlen oder angeboten.

Förderung von Selbstorganisation und Eigenverantwortung

Grundsätzlich fördert die **flexible Arbeitszeitgestaltung** die Selbstorganisation und das eigenverantwortliche Handeln (siehe C2.3).

Seit 2019 erarbeiten wir außerdem **dynamische Funktionsbilder**, in denen die Kernaufgaben verschiedener Abteilungen (z.B. Einkauf, Verkauf) beschrieben sind – inklusive der Kompetenzen, Rechte und Pflichten der Mitarbeitenden. Diese sollen die bisherigen, eher statischen Aufgabenbeschreibungen ersetzen, die weniger Spielraum für die Ausführung der verschiedenen Rollen bieten.

Regelmäßige Zufriedenheitserhebungen

Im Berichtszeitraum hat die MAV zusammen mit dem Geschäftsleitungskreis einen **neuen Gesprächsleitfaden** für die jährlichen Mitarbeitendengespräche erarbeitet. Neben einer Leistungsbewertung bietet er auch Raum für gemeinsame **Zielvereinbarungen und kritisches Feedback an die Vorgesetzten** („180°-Bewertung). Nun muss der Gesprächsleitfaden noch mit den Teamleitungen aller Abteilungen abgestimmt bzw. verfeinert werden, bevor er in der Praxis eingesetzt wird. Dies soll in einem Workshop im Rahmen unseres Führungskräfteprogramms (siehe C1.1) in 2021 erfolgen.

Eine **erste Mitarbeitendenbefragung** im GWÖ-Kontext haben wir im Oktober 2017 durchgeführt. Die Ergebnisse waren grundsätzlich positiv, aber die Resonanz eher gering, weshalb es zunächst keine weiteren Zufriedenheitserhebungen gab. Gründe hierfür sind z.T.

sprachliche Barrieren oder kulturell bedingte Hemmungen, Kritik zu äußern. Mit der neuen Stelle im Personalwesen wollen wir das Thema im nächsten Berichtszeitraum wieder aufgreifen und ein Format entwickeln, das den multinationalen Herkünften unserer Belegschaft gerecht wird.

GWÖ-Bewertung C1.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Entwicklung dynamischer Funktionsbilder
- » Verschiedene Möglichkeiten zur Aus- und Weiterbildung; Angebot eines dualen Studiums
- » Entwicklung eines 180°-Gesprächsleitfadens für Mitarbeitendengespräche

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Etablierung einer positiven Fehlerkultur auch bei durch Mitarbeitende verursachte Sachschäden im Lager
- » Schaffen einer Stelle für Personal-Entwicklung und -Rekrutierung
- » Systematische Erfassung der Weiterbildungsstunden und -Kosten
- » Etablieren einer passenden Mitarbeitendenbefragung
- » Weitere Entwicklung dynamischer Funktionsbilder
- » Einsatz der 180°-Leitfäden für Mitarbeitendengespräche in der Praxis

C1.2 Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz

Indikator: Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz

Indikator	2019	2020
Krankheitsquote:		
- Gesamt	5 %	6 %
- Frauen	3 %	3 %
- Männer	6 %	7 %
Anzahl arbeitsbedingte Verletzungen gesamt	6	10
Anzahl schwere arbeitsbedingte Verletzungen (ausgenommen Todesfälle) gesamt	1	1
Anzahl Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen gesamt	0	0

Anmerkung: Eine systematische Erfassung unserer Schulungen und Workshops zum Thema Gesundheit und Arbeitsschutz erfolgt aktuell nicht. Wir sehen aktuell keine Möglichkeit, die Anzahl Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen, wahrheitsgetreu zu erfassen.

Maßnahmen für betriebliche Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Die Einhaltung gesetzlicher **Standards zur Arbeitssicherheit** und zum Arbeitsmedizinischen Dienst werden durch ein **Dienstleistungsunternehmen** dokumentiert. Überdies gibt es im Unternehmen einen Sicherheitsbeauftragten für Arbeitsschutz. Neue Kolleg:innen werden durch benannte **Coaches** in der jeweiligen Abteilung eingearbeitet, bis die notwendige Sicherheit in eigenverantwortlicher Tätigkeit gegeben ist.

Bis 2019 fanden regelmäßige Besichtigungen durch unsere **Betriebsärztin** statt. Das Angebotsspektrum umfasste Augentests, kleines Blutbild und Rückenschulungen. Das Angebot der kostenfreien **Massagen** haben wir fortgeführt und 2019 etwa 40 wechselnde Teilnehmende pro Monat erreicht. Mit Ausbruch der Corona-Pandemie mussten wir beides leider aussetzen. Als Alternative bzw. Ergänzung möchten wir unseren Mitarbeitenden künftig die Teilnahme an Online-Workshops zu Gesundheitsthemen anbieten.

Im Jahr 2015 wurde von einem Kollegen und Dipl. Ökotrophologen an drei Terminen die **Informationseinheit „Fit im Job“** zu gesunder Ernährung und Bewegung angeboten. Aus dieser Initiative ging u.a. ein **Lauftreff** hervor, der bei den Teilnehmenden nachhaltige positive Gesundheitsveränderungen bewirkt hat. Einige von ihnen sind auch bei den jährlich stattfindenden **Firmenläufen in Friedrichshafen** gestartet (2017 bis 2019) und manche laufen bis heute regelmäßig. Eine virtuelle Alternative des Firmenlaufs in 2020 fand nur geringen Anklang, aber zwei Kolleg:innen haben sich 2020 und 2021 beim von BODAN mitgesponserten **Climate Run** beteiligt, bei dem Teilnehmende Spenden an Organisationen erlaufen, die sich für nachhaltige Entwicklung und Klimaschutz einsetzen.

Gesundheitliche Risiken und Schutzmaßnahmen

Mögliche gesundheitliche Herausforderungen sind Rückenprobleme in der Kommissionierung und Lagerung sowie Sitz- und Augenschädigung im Büro.

Zum Schutz unserer Mitarbeitenden treffen wir die folgenden Maßnahmen:

- » Monatliche Massagen (bis Pandemiebeginn)
- » PSA (Sicherheitsschuhe)
- » Einweisung
- » Beschilderung
- » Aufklärung und permanente Hinweise
- » Rückenschulung
- » Höhenverstellbare Schreibtische (bei Bedarf bzw. Vorlage eines ärztlichen Attests)
- » Kantine mit täglich gesunder Bio-Verpflegung (siehe C3.1)

Schulungen bzw. Workshops zum Thema Gesundheit und Arbeitsschutz

- » Erste-Hilfe-Schulung
- » Betriebsärztin (s.o.)
- » Arbeitssicherheitsunterweisungen

GWÖ-Bewertung C1.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Sponsoring und Teilnahme am Climate Run

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Online-Angebot zu Gesundheitsthemen
- » Beschaffung ergonomischer Bürostühle
- » Sukzessiver Einsatz höhenverstellbarer Tische
- » Neugestaltung unserer Büroräume unter Aspekten von Gesundheit und Ergonomie

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Indikatoren: Diversität und Chancengleichheit in der Belegschaft

(Personenzahl, Neuanstellungen, Fluktuationsrate etc. nach Alter und Geschlecht)

Indikator	2019	2020
Mitarbeitende gesamt	233 Personen	227 Personen
- Mitarbeiter gesamt	174 Personen	166 Personen
- Mitarbeiterinnen gesamt	59 Personen	61 Personen
- Mitarbeitende <30 Jahre	53 Personen	57 Personen
- Mitarbeitende 30-50 Jahre	106 Personen	104 Personen
- Mitarbeitende >50 Jahre	74 Personen	66 Personen
In Anspruch genommene Schulungen und Workshops zum Thema Diversität	0 Stunden/MA	0 Stunden/MA
Anzahl Väterkarenzen	0 Monate	6 Monate
Anzahl Mütterkarenzen	165 Monate	130 Monate
Neuanstellungen Männer und Frauen gesamt	62 Personen	65 Personen
- Neuanstellungen Männer	52 Personen	50 Personen
- Neuanstellungen Frauen	10 Personen	15 Personen
- Neuanstellungen <30 Jahre	38 Personen	32 Personen
- Neuanstellungen 30-50 Jahre	19 Personen	23 Personen
- Neuanstellungen > 50 Jahre	5 Personen	10 Personen

Fluktuationsrate Mitarbeitende gesamt*	0,3	0,3
- Fluktuationsrate Männer	0,35	0,34
- Fluktuationsrate Frauen	0,15	0,2
Ausgeschiedene Mitarbeitende gesamt	70 Personen	69 Personen
- Ausgeschiedene Männer	61 Personen	57 Personen
- Ausgeschiedene Frauen	9 Personen	12 Personen

* Die Fluktuationsrate errechnet sich aus den im Jahresverlauf ausgeschiedenen Mitarbeitenden, geteilt durch die Gesamtzahl der Mitarbeitenden am Jahresende. Die Fluktuationsrate der Männer und Frauen wurde jeweils analog ermittelt.

Rolle der Diversität beim Umgang mit Mitarbeitenden

Die **Gleichstellung bei der Entlohnung von Mann und Frau** innerhalb direkt vergleichbarer Aufgabenstellungen ist gewährleistet (siehe C2.1).

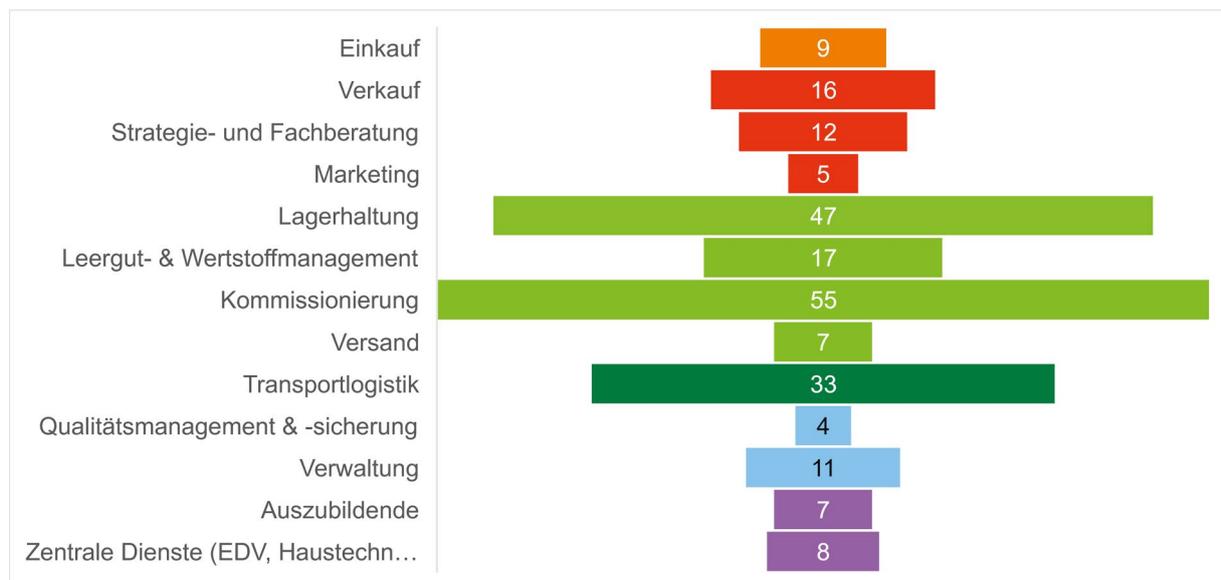
Wir arbeiten eng mit verschiedenen gemeinnützigen Gesellschaften zusammen, die auf eine **Integration von Menschen mit Assistenzbedarf** hinwirken, und eröffnen nach Möglichkeit Gelegenheiten für Praktika. Auch vergeben wir Ausbildungsplätze an Absolvent:innen von Schulen für Menschen mit Lernverzögerung.

Risiko-Bereiche für mögliche Benachteiligung und Gegenmaßnahmen

Unsere Geschäftsräume sind weitestgehend **barrierefrei**. Ein Aufzug zwischen Lagerraum und Kleinteilelager erleichtert den Zugang für mobilitätseingeschränkte Personen.

Die Ebene der Team- und Geschäftsleitung zählt relativ wenige Frauen. Die **Geschlechterverteilung** spiegelt aber in etwa das Verhältnis der Gesamtbelegschaft wider. Denn der weitest personalstärkste Geschäftsbereich ist die Logistik, wo aufgrund der Anforderungen an Körperkraft vor allem Männer tätig sind (siehe Abbildung 17).

Abbildung 17: Beschäftigte nach Abteilungen
(Stand Dezember 2020)



Während des Berichtszeitraumes haben wir in öffentlichen Texten nur das weibliche und männliche Geschlecht regelmäßig angesprochen. Ende 2020 haben wir deshalb eine interne Diskussion über **gendergerechte Sprache** begonnen, die in einem Leitfaden für gendersensible Sprache in der internen und externen Kommunikation münden soll. **Toilettenräume und Umkleiden** gibt es lediglich aufgeteilt nach Männern und Frauen. Aufgrund der räumlichen Gegebenheiten sind Änderungen hier nur schwer möglich.

In der Zubereitung und Auswahl der Speisen in unserer Kantine legen wir großen Wert darauf, die Diversität bei unseren Mitarbeitenden zu berücksichtigen. So geht das tägliche Bio-Essensangebot auf **verschiedene Ernährungsweisen** (z.B. schweinefleisch-frei, vegetarisch, vegan) und **Allergien bzw. Empfindlichkeiten** (z.B. Glutenunverträglichkeit) ein, auch wird stets Brot zum Essen dargereicht.

Maßnahmen zum Hierarchieabbau und zur Talentförderung

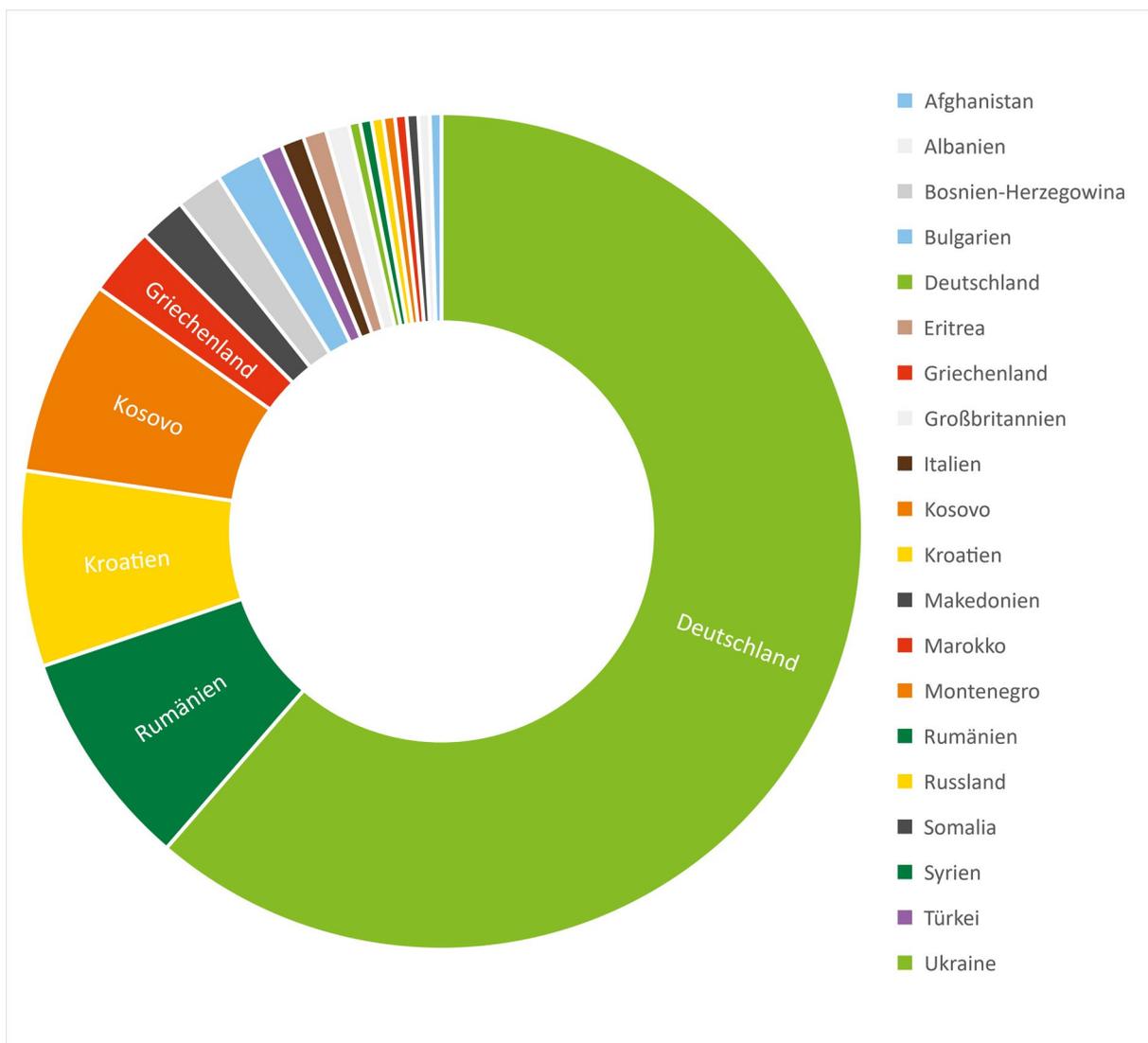
Die **Hierarchien** bei BODAN sind flach, die **Aufstiegsmöglichkeiten** sehr gut. So gibt es mehrere Mitarbeitende, die als Auszubildende oder ohne Qualifikationen in den Betrieb kamen und innerhalb weniger Jahre Qualifikationen erworben und Führungspositionen übernommen haben. Offene Stellen schreiben wir i.d.R. 14 Tage intern am Weißen Brett für Mitarbeitende aus, bevor wir sie veröffentlichen (siehe auch C4.2).

Diversität des Unternehmens-Umfelds

Bemerkenswert beim Blick auf die Belegschaft ist die große Vielfalt. Ende 2020 haben bei BODAN Menschen im **Alter von 17 bis 70 Jahren** gearbeitet, die **aus über 20 verschiedenen Ländern** stammen (aktuelle Nationalität, nicht Geburtsland). Darunter sind Fachleute **verschiedenster Profession** – von Kraftfahrer:innen und Kaufleuten über IT-Expert:innen und Journalist:innen bis hin zu Ökotropolog:innen, Köch:innen sowie ausgebildete Gärtner:innen. **Diese Vielfalt macht uns stark.** Davon sind wir überzeugt.

Im Zuge der Flüchtlingswelle 2015 und 2016 haben wir insgesamt **fünf Menschen mit Flüchtlingsstatus** als Vollzeit-Beschäftigte neu eingestellt. Die Anzahl hat sich seitdem weiter erhöht und lag im Berichtszeitraum zwischen 10 und 20 Personen. Darunter sind nun auch einige geringfügig Beschäftigte, denen wir auf diese Weise einen Einstieg in die hiesige Berufswelt ermöglichen.

Abbildung 18: Beschäftigte nach Staatsangehörigkeit
(Stand Dezember 2020)



GWÖ-Bewertung C1.3



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Diskussion über gendergerechte Sprache

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Interner Leitfaden für gendergerechte Sprache
- » Gendergerechte Räumlichkeiten
- » Angebot von Schulungen und Workshops zum Thema Diversität
- » Willkommens-Flyer für neue Mitarbeitende in verschiedenen Landessprachen

C1.4 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Indikator: Gerichtsprozesse und Beschwerden

Indikator	2019	2020
Anzahl Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bezgl. Verletzung des Arbeitsrechts	1	1

Beschwerden seitens Betriebsrats, AK und/oder Gewerkschaft

Im Berichtszeitraum gab es verschiedenste Anregungen und Wünsche seitens unserer MAV. Dabei ging es um Themen wie Licht-Installation auf dem Betriebsgelände für Kolleg:innen, die früh morgens mit der Arbeit beginnen, oder Verzögerungen bei der Urlaubsgenehmigung. Von „Beschwerden“ zu sprechen, wäre in den meisten Fällen übertrieben.

Bei einem Unternehmen unserer Größe kommt es zudem immer wieder einmal zu begründeten Kündigungsfällen, die z.T. anwaltlich angefochten werden. Meistens kann hier eine außergerichtliche Einigung erzielt werden, doch nicht in allen Fällen lässt sich ein Gerichtsprozess vermeiden.

Reaktion auf Beschwerden

Anregungen, Wünsche oder Kritik der MAV werden von der Geschäftsleitung konstruktiv aufgenommen. Aufgrund des allgemein hohen Arbeitsanfalls können beschlossene Veränderungen manchmal nur mit Verzögerung umgesetzt werden. Ein Beispiel ist hier die gewünschte Erweiterung der überdachten Fahrradstellplätze inklusive Lademöglichkeiten für E-Bikes. Bei einer Geländebegehung wurden bereits mehrere Standorte in Betracht gezogen, bislang konnte jedoch kein geeigneter Platz gefunden werden. Im Berichtszeitraum umgesetzt wurde die Unterstützung von Bildschirm-Arbeitsplatzbrillen mit bis zu 200 Euro seit 2019.

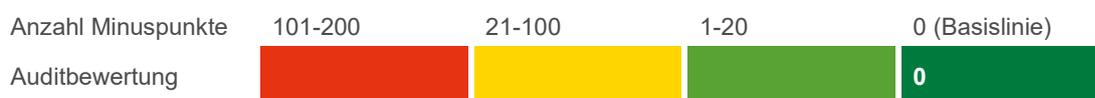
(Potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Der Mitarbeitendenvertretung (MAV) liegen keine Hinweise auf menschenunwürdige Arbeitsbedingungen vor.

Möglichkeiten zum Hinweisen auf Fehlverhalten im Unternehmen

Alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, sich bei Fehlverhalten ihrer Vorgesetzten oder Kolleg:innen an die MAV zu wenden. Können Probleme nicht schon im direkten Gespräch gelöst werden, gibt es ein gemeinsames Gespräch mit der jeweiligen verantwortlichen Person oder eine Mitarbeitendenanhörung (siehe Umgang mit Fehlern und Konflikten). In den allermeisten Fällen kann eine konstruktive Lösung gefunden werden.

GWÖ-Bewertung C1.4



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Unterstützung von Bildschirm-Arbeitsplatzbrillen mit 200 Euro

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Erweiterung der überdachten Fahrradstellplätze inklusive E-Bike-Lademöglichkeiten

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Indikator: Einkommensspreizung*

Indikator	2019	2020
Höchster Bruttomonatsverdienst (VZÄ)	8.948,20 €	11.167,75 €
Median Bruttomonatsverdienst (VZÄ)	2.866,67 €	3.024,05 €
Geringster Bruttomonatsverdienst (VZÄ)	2.329,96 €	2.389,44 €
Innerbetriebliche Spreizung (Gesellschafter:innen eingeschlossen)	3,8	4,7

* VZÄ = Vollzeitäquivalente. Rechenweg: Höchster Bruttomonatsverdienst Männer (VZÄ) / Höchster Bruttomonatsverdienst Frauen (VZÄ). Interpretationshilfe: In 2019 hat der bestverdienende Mitarbeiter 1,4 mal so viel verdient wie die bestverdienende Mitarbeiterin – was in diesem Fall auf unterschiedliche Hierarchie-Ebenen zurückzuführen ist. Die Spreizung von Mindest- und Medianverdienst berechnet sich analog.

Abgelten der erbrachten Leistung und Transparenz der Konditionen

Lohnempfänger:innen erhalten prinzipiell **einheitliche Stundenlöhne und Zuschläge**. Viele der Büropositionen sind dagegen nicht so leicht miteinander vergleichbar, weshalb **individuelle Gehaltsvereinbarungen** getroffen werden. Zugrunde liegt eine Vorstellung, was die geleistete Arbeit wert ist – unabhängig von Geschlecht, Alter oder anderen Faktoren.

Im Zuge der dynamischen Funktionsbilder (siehe C1.1) planen wir die Einführung einer transparenten Gehaltsstruktur. Unser Ziel ist es, für die verschiedenen Positionen im Unternehmen einen **Gehaltsspielraum** zu definieren, innerhalb dessen man sich je nach Zusatzqualifikationen und Sonderaufgaben bewegen kann.

Als **freiwillige Sozialleistungen** erhalten unsere Mitarbeitenden z.B. Zuschüsse für die Kinderbetreuung, zu vermögenswirksamen Leistungen, Fahrtkosten, betrieblicher Altersvorsorge, Verpflegung und Fortbildungen. Neben Nachzuschlägen werden freiwillig Feiertags- und Wochenendzuschläge gezahlt. In 2020 zahlte BODAN zudem 1 Mal 500 Euro und 1 Mal 1.000 Euro Corona-Bonus je Vollzeitäquivalent.

Außerdem macht BODAN ein attraktives Angebot für eine **gesunde Ernährung** über die Kantine inkl. kostenfreien Getränken (siehe C3.1). Auch den Mitarbeitenden-Einkauf zu deutlich vergünstigten Preisen nutzen viele Kolleg:innen gerne.

An regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“

Die **Einkommen** bei BODAN sind **weitgehend gerecht verteilt**. Wer viel Verantwortung trägt, wird adäquat entlohnt, aber nicht mit einem Spitzengehalt bedacht. Alle Kolleg:innen sollen von ihren Einkommen gut leben können, weshalb wir inklusive Zuschlägen und freiwilligen Sozialleistungen in allen Positionen deutlich mehr als den Mindestlohn bzw. das Existenzminimum zahlen.

Möglichkeiten, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen

Die Höhe der Erfolgsbeteiligung legen wir bei der Leistungsbewertung in den **jährlichen Mitarbeitendengesprächen** fest, die durch die Teamleitung im Dialog mit den Mitarbeitenden erfolgt (siehe C2.4). Im jährlichen Mitarbeitendengespräch ist auch ein Dialog über das Gehalt möglich.

Ferner können Mitarbeitende **zinsfreie Darlehen** bis zu einer Höhe 2.600 Euro aufnehmen, falls es temporäre finanzielle Engpässe gibt oder ein besonderer Bedarf besteht.

GWÖ-Bewertung C2.1



Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Etablieren einer transparenten Gehaltsstruktur, die auf den dynamischen Funktionsbildern aufbaut

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Indikator: Arbeitszeit

Indikator	2019	2020

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit	40 Stunden Ausnahme: Fuhrpark (48 Std.)	40 Stunden Ausnahme: Fuhrpark (48 Std.)
Tatsächlich geleistete Überstunden pro Woche und MA	0,26 Stunden	0,26 Stunden

Erfassen von Arbeitszeiten und Verteilen der Arbeitslasten

Generell erfolgt die **Arbeitszeiterfassung** im Unternehmen **elektronisch** und kann von allen Beschäftigten mit Chip-Erfassung jederzeit selbstständig eingesehen – am PC-Arbeitsplatz oder am Arbeitszeit-Terminal vor der Kantine (siehe C4.1). Mitarbeitende im Homeoffice erfassen ihre Arbeitszeiten in Eigenregie und geben diese an die Personalabteilung weiter.

Für Mitarbeitende aus dem Fuhrpark läuft die Zeiterfassung über das **LKW-Fahrtensystem**, wohingegen Außendienst und Geschäftsleitungskreis auf Basis von **Vertrauenszeit** arbeiten.

Unsere Führungskräfte schauen sich die Arbeitszeiten regelmäßig an und suchen bei signifikanten Abweichungen den Dialog mit den Mitarbeitenden. Nach Möglichkeit verteilen sie Aufgaben um oder aber stocken Personal auf. Andernfalls werden Themen geparkt.

Die Rolle von Überstunden für den Erfolg der Organisation

Aufgrund saisonaler Schwankungen sind in vielen Teams Überstunden nicht zu vermeiden.

Mit dem **Gleitzeitmodell** haben wir eine gute Lösung für den Ausgleich von Überstunden gefunden, die für weite Teile der Belegschaft praktikabel ist und auf eine breite Akzeptanz stößt. Es wurde im April 2017 für alle gewerblich und kaufmännisch beschäftigten Kolleg:innen im Innendienst eingeführt. Seither kann Mehrarbeit sowohl stunden- als auch tageweise durch Freizeit ausgeglichen werden. Auf dem Gleitzeitkonto bewegen sich Minder- und Überstunden in einem Ziel-Korridor zwischen -20 und +80 Stunden. Im Schnitt wurden in 2019 und 2020 nur je 0,26 Überstunden pro Woche und Person geleistet. In begründeten **Ausnahmefällen** ist eine Auszahlung der Überstunden möglich.

Erweiterung von Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe

Gleitzeit (s.o.) und flexible Arbeitsmodelle (siehe C3.2) ermöglichen gesellschaftliche Teilhabe sowie eine eigenverantwortliche Handhabung der Arbeitszeiten innerhalb der jeweiligen Teams und je nach Arbeitsanfall.

GWÖ-Bewertung C2.2



C2.3 Ausgestaltung von Arbeitsverhältnis und Work-Life Balance

Indikator: Individuelle Arbeitsmodelle

Indikator	2019	2020
Anzahl Führungskräfte mit individuellen Arbeitsmodellen*	1	1
Anzahl Mitarbeitende ohne Führungsfunktion mit individuellen Arbeitsmodellen	22	29

* Da die Anzahl der Homeoffice-Beschäftigten nur schwer quantifizierbar ist, zählen wir zu den „individuellen Arbeitsmodellen“ ausschließlich Teilzeitverträge.

Praktizierte Arbeitsmodelle

Bei BODAN gibt es grundsätzlich immer ein offenes Ohr für individuelle Lösungen. Folgende Arbeitsmodelle wurden im Berichtszeitraum praktiziert:

- » **Vollzeit**
- » **Teilzeit** mit unterschiedlichen Stellenprozenten, je nach Bedarf auf beiden Seiten.
- » **Geringfügige Beschäftigung**, die in manchen Lebenssituationen passend sein kann (siehe z.B. C1.3). Bei Bedarf im Unternehmen ist eine Aufstockung möglich.
- » **Homeoffice** für Büro-Mitarbeitende gab es bei uns schon vor der Corona-Pandemie und wurde zum Infektionsschutz 2020 stark ausgeweitet. Wir haben in entsprechende IT-Infrastruktur sowie Besprechungssoftware investiert und gehen davon aus, dass Homeoffice und digitale Besprechungen auch künftig feste Bestandteile unseres Arbeitslebens sein werden. Aktuell arbeiten wir Vereinbarungen über mobiles Arbeiten aus, um betriebsweit einheitliche Regelungen zu gewährleisten. Es handelt sich um ein freiwilliges Angebot, das je nach Wunsch der Mitarbeitenden in Absprache mit der jeweiligen Teamleitung wahrgenommen werden kann.

Gerne möchten wir das **Spektrum** der bei uns angebotenen Arbeitsmodelle noch **ausweiten**. In Betracht kommen hier u.a. Jobsharing und das Einrichten von „Lebenszeitkonten“, in denen Sabbaticals, Frührente oder Altersteilzeit verrechnet werden können.

Aus ethischen Gründen beschäftigen wir grundsätzlich **keine Zeitarbeiter und Leiharbeitskräfte**. Zudem haben wir einen eigenen Fuhrpark mit bei BODAN festangestellten Mitarbeitenden. Bei der Beauftragung von Speditionsfirmen achten wir grundsätzlich auf die Einhaltung der GWÖ-Werte.

Maßnahmen für eine gute Work-Life-Balance

Dank unseres betrieblichen Gleitzeitmodells (siehe C2.2) und flexibler Arbeitsmodelle wie Homeoffice und Teilzeit ermöglichen wir eine gute Work-Life-Balance für unsere Mitarbeitenden. Voraussetzungen sind, dass anstehende Aufgaben erledigt und die Kernarbeitszeiten in den jeweiligen Abteilungen eingehalten werden. In Rücksprache mit der Teamleitung sind Ausnahmen jederzeit möglich.

Positiv auf die Lebensqualität wirken sich auch die Möglichkeiten zur Gestaltung von Pausen oder auch Besprechungen aus, für die – neben der Kantine mit täglich frisch zubereiteter Bio-Kost – die Kantinen-Terrasse, unsere zwei Lichthöfe und der Naschgarten gerne genutzt werden.

GWÖ-Bewertung C2.3



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Ausweitung des Homeoffice-Angebots

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Ausarbeitung von Verträgen über mobiles Arbeiten
- » Ausweitung der angebotenen Arbeitsmodelle: Jobsharing, Sabbaticals, Frührente & Altersteilzeit

C2.4 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Indikator: Art der Arbeitsverträge

Indikator	2019	2020
Anzahl Arbeitsverträge gesamt	233	226
Anzahl Vollzeitverträge	172	159
Anzahl All-in Arbeitsverträge	12	11
Anzahl Null-Stunden Verträge	0	0
Anteil Befristeter Arbeitsverträgen an Gesamtverträgen	37,77 %	34,51 %
Anzahl befristeter Arbeitsverträge, die innerhalb von 2 Jahren mehr als zwei Mal verlängert wurden	50	0

„Lebenswürdiger Verdienst“ für alle Mitarbeitenden

Für alle Mitarbeitenden kann ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden (siehe C2.1).

Rolle „investierter“ Arbeitszeit für Bewertung des Engagements oder Karriereschritte

Das Kriterium „Mehrarbeit“ spielt seit 2016 keine Rolle mehr in der jährlichen Leistungsbeurteilung. Stattdessen kommt es auf folgende Punkte an:

- » Arbeitsergebnis (Qualität und Quantität)
- » Selbstständigkeit und vorausschauendes Handeln
- » Kund:innenorientierung
- » Flexibilität und Einsatzbereitschaft
- » Teamfähigkeit
- » Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg
- » Sauberer Arbeitsplatz und Umweltbewusstsein
- » Mitdenken, Mithandeln und Mitgestalten

Eine Teilzeitbeschäftigung beeinträchtigt nicht die Karrierechancen oder die Leistungsbeurteilung. Voraussetzung für das Vorankommen im Unternehmen ist lediglich, dass die vertraglich festgelegte Arbeitszeit zum Aufgaben- und Verantwortungsbereich passt.

Verdienst für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung

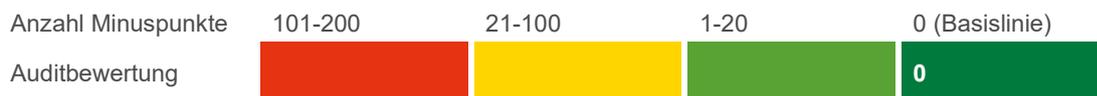
Es ist uns ein Anliegen, Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung gerecht zu entlohnen. So erhalten unsere Auszubildenden ein Gehalt, das 5% über dem Tariflohn im Groß- und Außenhandel liegt. Auch Hilfskräfte kommen mit dem Grundlohn von 10 Euro und weiteren Zuschlägen auf einen lebenswürdigen Verdienst. Zudem profitieren alle Mitarbeitenden von unseren freiwilligen Sozialleistungen.

Befristung bei Arbeitsverträgen

Seit 2020 erhalten alle neuen Mitarbeitenden zunächst zwei aufeinanderfolgende, jeweils auf ein Jahr befristete Verträge. Anschließend wird die Befristung aufgehoben. Zudem gibt es eine Probezeit von 6 Monaten. Bei hohem Engagement und beidseitig positiver Einschätzung ist eine frühzeitige Umwandlung in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis möglich. Vor 2020 wurden mit Logistik-Mitarbeitenden je vier Halbjahresverträge geschlossen. Zeitarbeitende beschäftigen wir aus Prinzip nicht.

Um bei Neueinstellungen zu 100% unbefristete Verträge vergeben zu können, streben wir an, innerhalb der 6-monatigen Probezeit eine sichere Einschätzung treffen zu können: Passt die Person zu BODAN, passt sie zum Team und passt sie zur Aufgabe?

GWÖ-Bewertung C2.4



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Angleichung der Befristungs-Praxis im logistischen und kaufmännischen Bereich

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » 100% unbefristete Verträge bei Neueinstellungen durch fundierte Einschätzung in der Probezeit

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Indikator: Öko-Verpflegung

Indikator	2019	2020
Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	100 %	100 %
Anzahl verkaufter Essen*	10.700	9.120
Zuschuss zur Kantine:		
- Pro Jahr	80.000 €	83.000 €
- Pro Essen	7,48 €	9,10 €

* Grund für den Rückgang ist die Corona-bedingt gestiegene Heimarbeit.

Ökologisch-regionale Herkunft der Lebensmittel am Arbeitsplatz

Unsere hauseigene Kantine bezieht ihre Ware direkt aus unserem Lager. In der Küche verarbeiten **qualifizierte Fachkräfte** die hochwertigen Produkte in **viel Handarbeit** zu Frühstück und Mittagsmenüs. Die Lebensmittel stammen aus vorwiegend lokalem, saisonalem und natürlich biologischem Anbau. Damit einhergehend sind hohe Tierwohl-Standards, insbesondere Weidetierhaltung.

Die Kantine wird vom Unternehmen stark bezuschusst, damit das Essen für alle leicht bezahlbar ist. Damit wollen wir einen Beitrag zu Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden leisten. Auch während der Corona-Pandemie blieb die Kantine geöffnet, damit insbesondere die körperlich tätigen Kolleg:innen in dieser arbeitsintensiven Zeit möglichst gut versorgt sind. Um den gebotenen Abstand zu halten, haben wir den Essensraum um einen großen Seminarraum erweitert und etliche weitere Hygiene-Maßnahmen ergriffen.

Angebote der Kantine

Die Kantine bietet gesunde, regionale Bio-Kost:

- » **Zum Frühstück:** Belegte Brötchen mit Butter, Salat, Wurst, Käse oder Fisch, dazu Zwiebeln, Gurken- oder Tomatenscheiben.
Mitarbeitende können die Brötchen auch unbelegt oder bloß mit Butter bestrichen kaufen. Mittwochs und donnerstags gibt es zusätzlich ein hausgemachtes Müsli in Anlehnung an Dr. Bircher-Benner.
- » **Zum Mittagessen:** Täglich frisch zubereitet gibt es je eine vegetarische Menüoption und eine mit Fleisch bzw. Fisch. Letztere bieten wir bewusst an, um eine Abwanderung zu anderen Quellen (z. B. Fleisch aus Massentierhaltung) zu vermeiden. Ergänzend zum Hauptgang bietet das Kantinen-Team frische Salate (1 Blattsalat und mindestens 2 weitere Zutaten, teilweise mariniert, teilweise naturbelassen) mit täglich variierendem, auf die Zutaten abgestimmtem und selbst zubereitetem Dressing.
- » **Zum Trinken:** Tee und Mineralwasser stehen kostenfrei zur Verfügung, seit März 2020 werden überdies auch alle Kaffee-Spezialitäten.

Eine **tagesindividuelle Voranmeldung** über den Speiseplan hilft, Lebensmittelverschwendung möglichst gering zu halten. Für mehr Komfort bei der Essensanmeldung und noch bedarfsgerechterer Mengenplanung haben wir die Voranmeldung in **2020 digitalisiert**.

Dem Kantinen-Team liegt die **Zufriedenheit der Mitarbeitenden** sehr am Herzen. Der Küchenchef und seine Kolleg:innen erfragen, was Lieblingsgerichte sind, haben immer ein offenes Ohr für Wünsche aller Art und setzen um was möglich ist, selbst wenn es vom allgemeinen Speiseplan abweicht. Größere Veränderungswünsche werden auf Machbarkeit und Finanzierbarkeit geprüft und soweit möglich in die Planungen einbezogen.

Den Mitarbeitenden steht es aber frei, auch **eigene Speisen mitzubringen** für ihre Pausen in der Kantine und nur das kostenfreie Getränkeangebot zu nutzen. Take-away ist möglich, aber keine Anlieferung an die Heimadresse.

GWÖ-Bewertung C3.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Digitalisierung der Essensbestellungen
- » Kostenfreie Heißgetränke aus dem Kaffee-Automaten
- » Aufrechterhaltung des Angebots während der Corona-Pandemie

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Genutzte Verkehrsmittel auf dem Weg zum Arbeitsplatz

Bei der Anfahrt zum Arbeitsplatz sind sämtliche Verkehrsmittel vertreten:

- » PKW
- » Öffentliche Verkehrsmittel
- » Rad (eigenes, Jobrad oder Betriebsrad)
- » Zu Fuß

Einige Radfahrende registrieren täglich die von ihnen zurückgelegte Strecke zur Arbeit. Diese Dokumentation ergibt jedoch kein umfassendes, repräsentatives Bild. Die Nutzungsfrequenz der anderen Verkehrsmittel erheben wir aktuell nicht.

Umweltschonende Wege zum Arbeitsplatz

- » **Betriebs-Fahrräder:** Insgesamt 15 Räder stehen für den Weg zur Arbeitsstätte und auch zur privaten Nutzung zur Verfügung.
- » **Fahrräder, die per Jobrad-Leasing finanziert wurden:** Dieses Angebot wurde 2017 auf Initiative der GWÖ-Gruppen eingeführt. Mitarbeitende können ihr Wunschrad über BODAN leasen und monatlich durch eine Gehaltsumwandlung steuersparend abzahlen. In 2019 haben 25 Kolleg:innen dieses Angebot in Anspruch genommen (davon 12 Neuanmeldungen), in 2020 waren es bereits 43 (davon 18 Neuanmeldungen). E-Bikes können Mitarbeitende an Außen-Steckdosen kostenfrei mit 100% Ökostrom aufladen.
- » **Fahrgemeinschaften:** Mitarbeitende bilden selbstständig Fahrgemeinschaften. Um dies weiter zu fördern, ging im April 2019 ein Mitfahrgelegenheitsportal online. Bei der

Umsetzung wurden Wünsche der Pilotgruppe aus der Testphase in 2018 berücksichtigt. Leider bleibt die Nutzerfrequenz unter den Erwartungen.

- » **Schnell-Ladesäulen für E-PKW:** siehe B3.1

Abbildung 19: Nachhaltige Mobilität für Mitarbeitende

Jobrad-Leasing



- + Jobrad-Leasing seit 2017
- + über 40 Mitarbeitende haben das Angebot bereits in Anspruch genommen und sind inzwischen verstärkt mit dem Rad unterwegs
- + 18 kamen allein 2020 hinzu

100% Öko-Strom für PKW



- + Schnell-Ladesäulen mit einer Leistung von je 22 KW
- + 4 PKW können parallel laden
- + Energie kommt von Solarzellen auf dem Firmendach oder aus anderen regenerativen Quellen

Anreize für Umweltbewusstes Mobilitätsverhalten – auch auf Dienstreisen

- » **Bahn bevorzugt:** Überregionale Dienstreisen treten wir bevorzugt mit der Bahn (Bahn-card 50) an. Zwar gibt es keine verbindliche Vorgabe, aber Mitarbeitende sind angehalten, bei Entfernungen über 300 Kilometern die Bahn zu nutzen, sofern die Zielorte verkehrstechnisch sinnvoll erreichbar sind (Streik-Phasen ausgenommen).
- » **Flugzeug nur international:** Das Flugzeug wird höchstens bei Auslandsreisen genutzt, etwa nach Südeuropa.
- » **CO₂-Limit für PKW:** Alle Firmen-PKW beschaffen wir streng CO₂-limitiert. Im Jahr 2011 haben wir 140 Gramm CO₂ pro Kilometer als Obergrenze gesetzt. Ende 2020 lag der Flotten-Ist-Wert pro Fahrzeug im Schnitt bei 112 Gramm.
- » **Hybrid-PKW:** Ein Teil des Firmenwagen-Pools wurde auf Hybrid-Antriebe umgestellt (3 Fahrzeuge: 1 VW Passat GTE, 1 Skoda Superb und 1 Golf GTE), aber nur dort, wo bei gegebenen Fahrstrecken positive Klimaeffekte entstehen. Denn wenn Hybrid-Fahrzeuge überwiegend im Benzin- oder Dieselmotus laufen, bringt dies keine ökologische Minderbelastung.

GWÖ-Bewertung C3.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Installation von Schnell-Ladesäulen
- » Ausweitung der Jobrad-Nutzung
- » Ausweitung der Homeoffice-Möglichkeiten (siehe C2.3)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Erhebung der Verkehrsmittel auf dem Arbeitsweg
- » Erweiterung der überdachten Fahrradstellplätze inklusive E-Bike-Lademöglichkeiten (siehe C1.4)
- » Setzen weiterer Anreize für nachhaltige Mitarbeitendenmobilität
- » Verringerung der PKW-Nutzung beim Pendeln und auf Dienstreisen. Sofern unvermeidbar: Umstellung auf E-Mobilität mit zunehmender technischer Verfügbarkeit

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Organisationskultur

Ermitteln des Bekanntheitsgrads der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten

Die **Umweltpolitik** (s.u.) ist fester Bestandteil unseres Unternehmens, sie wird allen neuen Mitarbeitenden ausgehändigt und hängt bei uns am Weißen Brett. BODAN verpflichtet sich durch das **Umweltmanagementsystem** auditiert nach ISO 14001 und EMAS zu einer kontinuierlichen Verbesserung der Umweltleistung. Mit diesem Managementansatz geben wir ökologischem Verhalten im Unternehmen eine noch höhere Priorität, können relevante Aspekte weitreichender kommunizieren und Maßnahmen effektiver umsetzen.

Evaluierung der Akzeptanz des ökologischen Betriebsangebots

In der täglichen Begegnung mit den Teams bekommen die jeweiligen Teamleitungen einen guten Eindruck von der Akzeptanz des ökologischen Betriebsangebots auf Seiten der Mitarbeitenden. Einmal jährlich fließt dieser Aspekt zudem in die Leistungsbewertung unserer Mitarbeitenden ein (siehe C2.4, „Sauberer Arbeitsplatz und Umweltbewusstsein“).

Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte

Bereits bei der Gründung von BODAN im Jahr 1987 war Umweltorientierung eine im **Gesellschaftsvertrag** und somit in der Unternehmenskultur verankerte Basis unseres Handelns. In

§2 (1) heißt es dort: „Gegenstand des Unternehmens ist der Großhandel mit Lebensmitteln und Naturwaren, die einer gesunden und naturgemäßen Lebensweise dienen und zur Gesundung der Umwelt beitragen“ [...].

In unserer Arbeitsweise streben wir einen respektvollen Umgang mit unserer Biosphäre an. Wir sind uns bewusst: Der **Erhalt unserer Lebensgrundlagen** (z.B. Boden, Wasser, Artenvielfalt bei Pflanzen und Tieren) ist Grundlage für unser Handeln. Dieses Bewusstsein spiegelt sich im **BODAN-Wertefluss** (siehe Abbildung 1) wider. Zusammen mit dem Qualitätsmanagement und unserem Wertebild gehört die **Umweltpolitik** zu den wesentlichen Leitlinien des Unternehmens.

BODAN-Umweltpolitik

Unsere Werteorientierung zum Schutz unserer Umwelt konkretisieren wir in folgenden **umweltrelevanten Verpflichtungen**:

- » Wir legen großen Wert auf **Regionalität** und präferieren, wo immer es geht, Dienstleister und den Warenbezug aus der Region
- » Wir und unsere Lieferbetriebe erfüllen vollumfänglich die Vorgaben der **Bio Verordnung** (EG) Nr. 834/2007. Über den gesetzlichen Bio-Mindeststandard hinaus präferieren wir Ware, die von einem **Anbauverband** (Demeter, Bioland, Naturland, etc.) zertifiziert wurde und somit aus besonders nachhaltiger Landwirtschaft stammt.
- » Durch fortschrittliche und **umweltverträgliche Technologien** verbessern wir kontinuierlich die Umweltleistung unseres Unternehmens.
- » Wir übernehmen nicht nur Verantwortung für die Qualität der von uns gehandelten Bio-Produkte. Wir streben darüber hinaus auch eine kontinuierliche Verbesserung unserer **Logistikprozesse** im Hinblick auf ihre Umweltauswirkungen an.
- » In der **Transport-Logistik** arbeiten aktiv darauf hin, fossile Brennstoffe durch umweltfreundliche und nachhaltige Energieträger zu ersetzen. Dieser Prozess wird intern als Dekarbonisierung bezeichnet.
- » Umweltaspekte nehmen, über die Erfüllung von gesetzlichen Anforderungen hinaus, Einfluss auf unsere **unternehmerischen Entscheidungen**.
- » Wir pflegen mit unserem **Umfeld** – mit Nachbarn, Handelspartnern, Behörden, Institutionen und der Öffentlichkeit – eine aktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit.
- » Unsere **Mitarbeitenden** schulen wir entsprechend ihren Aufgaben hinsichtlich umweltrelevanter Fragestellungen – zur Förderung von Verantwortungsbewusstsein, Motivation, Kommunikations-, Handlungs- und Entscheidungsfähigkeit.
- » Wir verpflichten uns zu ressourcenoptimierten Prozessen bei der internen **Nachweisdokumentation**.

Bildung und Sensibilisierung

Rolle ökologischer Themen bei Weiterbildung und Personalrekrutierung

Bei der **Personalrekrutierung** werden ökologische Themen z.B. in Stellenanzeigen einbezogen. Bei relevanten Positionen sind sie zudem Bestandteil der Vorstellungsgespräche. Erstgespräche führen wir z. T. online, um Emissionen bei der Vorauswahl zu vermeiden. Sofern Bewerber:innen mit der Bahn anreisen, tragen wir die Fahrtkosten; auch ist eine Abholung vom Bahnhof möglich. Unsere Stellen schreiben wir ausschließlich online und nicht in Printmedien aus.

Auch in der **Weiterbildung** spielen ökologische Themen eine Rolle. So haben wir für Mitarbeitende 2020 und 2021 eine Exkursion zum Weltacker Überlingen organisiert (siehe Video „[BODAN erkundet den Weltacker Überlingen](#)“), dessen pädagogische Angebote BODAN als Sponsor unterstützt, und 2020 ein Sommer-Gemüsegarten-Projekt für unsere Auszubildenden vorbereitet. Das Sommergarten-Projekt soll 2021 in Kooperation mit dem Hofgut Rengoldshausen realisiert werden. Ziel ist es, durch direktes Erleben das Verständnis und die Wertschätzung für nachhaltige Lebensmittelproduktion zu fördern. Auch in den **Qualifizierungsmaßnahmen zur Stärkung der Beratungsqualität** (siehe C1.1) spielen ökologische Aspekte und Wissen um Anbaupraktiken eine wichtige Rolle.

Sensibilisierungsmaßnahmen im Rahmen von Weiterbildung und Personalrekrutierung

Eine Sensibilisierung für ökologische Themen erfolgt u.a. im Rahmen folgender Maßnahmen:

- » Präsentation „**BODAN für Einsteiger:innen**“ zur Einführung während der ersten Arbeitstage.
- » Dreistündige „**BODAN-Basic-Schulung**“ für neue Mitarbeitende, in der Informationen über das Unternehmen, unsere Ziele und Motivation, unser Umfeld und den Markt weitergegeben werden. In 2020 fand die Schulung coronabedingt nicht statt.
- » Einblicke in die Arbeit des **Nachhaltigkeitsmanagements** (inkl. Umweltmanagement und Gemeinwohl-Bilanzierung) im Rahmen des **mehrtägigen Betriebsdurchlaufs** für neue Büro-Mitarbeitende. Hier erfahren sie auch, wie unsere Werte mit dem täglichen Geschäft ökologisch und sozial in Verbindung gebracht werden.

Strategie zur Stärkung ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden – auch im Privaten

In den **hauseigenen Medien** (Weißes Brett, Angebote Magazin, Betriebs-Telegramm, Facebook etc.) weisen wir auf **interessante Veranstaltungen** zu ökologischem Verhalten hin.

Kolleg:innen verschiedenster Abteilungen werden in die **Mitarbeit an Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Bericht** einbezogen.

Das **Vorleben und Umsetzen** ökologischen Verhaltens lädt zur Nachahmung ein, die Gestaltung von Prozessen und Betriebsgelände sensibilisiert für die Umwelt. Beispiele dafür sind u.a.:

- » Mülltrennung
- » Gebrauch umweltschonender Wasch- und Reinigungsmittel
- » Gebrauch von Zisternenwasser in der Toilettenspülung u.a.
- » Einsatz von Solarenergie
- » Betriebsräder und Jobrad-Leasing
- » Nutzung nachhaltiger Verkehrsmittel: So fahren z.B. auch die Mitglieder unserer Geschäftsleitung wenn möglich mit dem Rad zur Arbeit, bilden Fahrgemeinschaften bei Veranstaltungen, nutzen öffentliche Verkehrsmittel und als PKW keine überdimensionierten „Statusmobile“, sondern PKW der Golf-Klasse.
- » Bienenvölker am Haupteingang, im Lichthof und dem Naschgarten
- » Sitzplätze und Naschgarten beim naturnah gestalteten Firmengarten

GWÖ-Bewertung C3.3



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Besuch des Überlinger Weltackers
- » Mehrwöchige Mitarbeit einer BA-Studentin im Umweltmanagement
- » Wesentlichkeitsanalyse

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » „Sommergartenprojekt“ für Auszubildende

C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen (z.B. Fliegen weil billiger)

Im Rahmen unserer Umweltpolitik orientieren wir uns stets an den ökologisch besserwertigen Alternativen.

Konsumangebote mit zu hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen

Bei der Beschaffung unserer Waren und Betriebsmittel legen wir Wert auf Verpackungseinsparung und nachhaltige Verpackungsalternativen (siehe unten).

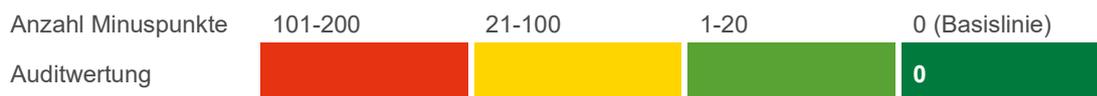
Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte

Keine. Ökologisch nachhaltige Produkte sind erwünscht.

Sichtbar nachlässiger Umgang mit Abfällen

Siehe E3.1, Abschnitt Abfall.

GWÖ-Bewertung C3.4



C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Indikator: Innerbetriebliche Transparenz

Indikator	2019	2020
Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten	80 %	80 %

Für Mitarbeitende zugängliche Daten

Betriebsversammlungen und Besprechungen

Die Geschäftsleitung lädt alle Mitarbeitenden halbjährlich zu **Teilbetriebsversammlungen** ein, bei der sie gemeinsam mit der Mitarbeitendenvertretung (MAV) umfassend über aktuelle Entwicklungen, Planungen und Projekte berichtet. Dabei haben die Mitarbeitenden auch Gelegenheit, **Anregungen** einzubringen und **Fragen** zu stellen, die im Plenum offen beantwortet werden.

Bei diesen Versammlungen erhalten die Mitarbeitenden u.a. Einblicke in wichtige, anschaulich aufbereitete Markt- und Unternehmensdaten, die ein **tiefes Verständnis von aktuellen Herausforderungen und strategischen Unternehmensentscheidungen** ermöglichen. Auch stellt die Geschäftsleitung den Mitarbeitenden die **gezeigte Präsentation zur Verfügung**, so dass sie einzelne Punkte jederzeit noch einmal nachvollziehen können.

Damit die Teilnahme im individuellen Arbeitsalltag möglichst leicht machbar ist, werden jeweils zwei Termine mit gleichem Informationsgehalt zur Auswahl angeboten.

In **regelmäßigen Teamgesprächen** werden wichtige Entwicklungen und Ergebnisse der Geschäftsleitungskonferenzen mit den Mitarbeitenden diskutiert (z.B. Arbeitskreis Logistik, Lager-, Kommissionierungs-, Einkaufs-, Verkaufs- und Vertriebs-Besprechung).

Informations-Medien für Mitarbeitende

Da 2020 coronabedingt keine Versammlungen möglich waren, wurde eine ausführliche, halbjährliche **Betriebs-Information** herausgegeben, mit anschaulich aufbereiteten Informationen und Grafiken. Ergänzend begannen 2020 die Planungen für ein monatliches **Betriebs-Telegramm**, das ab 2021 monatlich kurz und knapp über die wichtigsten Entwicklungen, neue Gesichter und Projekte informiert.

Wichtige und nützliche Informationen (z.B. zu Angeboten im Gesundheitsmanagement, Kantine, Gemeinwohl-Ökonomie, Stellenausschreibungen, Berichte oder Termine zu BODAN mit verbundenen Projekten, aktuelle Corona-Regelungen) hängen zentral am **Weißem Brett** im Eingangsbereich aus.

An unserem **Arbeitszeit-Terminal Avero** im Foyer können unsere Mitarbeitenden jederzeit den aktuellen Stand ihrer Arbeitsstunden und Urlaubstage abrufen (siehe C2.2).

Im Dezember 2018 haben wir in Outlook einen **öffentlichen Kalender** mit allen wichtigen Terminen rund um BODAN eingerichtet. Auch **E-Mail-Rundschreiben** nutzen wir häufig als Kommunikationsmittel.

Ergänzend haben wir 2020 eine **interne Social-Media-Plattform** (Bitrix) für den vernetzten Informationsaustausch getestet, auf der Mitarbeitende per **PC oder Smartphone** chatten und Informationen posten können. In der Testgruppe hat sie sich nicht bewährt und wurde nur wenig genutzt. Für 2021 wird daher eine in Microsoft integrierte Lösung (Teams) angestrebt.

Über alle wichtigen Daten und Entwicklungen im Hinblick auf Gemeinwohl-Ökonomie und Nachhaltigkeit informiert unsere Webseite, wo auch unsere aktuellen Berichte zum Download bereitstehen:

- www.bodan.de/gemeinwohl-oekonomie
- www.bodan.de/bodan/nachhaltigkeit
- www.bodan.de/zukunftsprojekte

Räumliche Transparenz

Transparenz ist auch ein auffälliges Merkmal bei der **Gestaltung unserer Räume**. So sind etwa die Besprechungsräume mit umlaufenden Fenstern angelegt, wie helle Innenhöfe, die Besucher und Mitarbeitende von den Gängen her einsehen können. Die Türen sämtlicher Büros sind mit Glasfenstern versehen, die Ein- und Ausblicke eröffnen.

Leichtigkeit oder Hürden beim Datenzugriff durch Mitarbeitende

Nicht alle Mitarbeitenden haben einen eigenen **E-Mail-Account**. Daher wird stets darauf geachtet, dass relevante Informationen auch über Teamleitungen, Weißes Brett und anderen, allen zugängliche Hausmedien kommuniziert werden.

Bei **mangelnden Deutschkenntnissen** erfolgt nach Möglichkeit eine Übersetzung der wesentlichen Informationen durch die Teamleitungen und Kolleg:innen.

Kritische oder wesentliche Daten, die Mitarbeitenden nicht offenstehen

Als GmbH veröffentlichen wir unseren gesamten **Jahresabschluss** im Bundesanzeiger, wo er für alle Interessierten frei verfügbar ist. Auf den halbjährlichen Teilbetriebsversammlungen bzw. in der **Betriebs-Information** informiert die Geschäftsführung zudem aktiv über kritische und wesentliche Daten wie die Umsatzentwicklung im Vergleich zu Mitbewerber:innen und dem Marktdurchschnitt, Gewinnentwicklung oder Überstunden. Auf **gezielte Anfragen** bekommen Mitarbeitende i.d.R. eine fundierte Antwort.

Verständliche Aufbereitung finanzieller Daten

Für unsere Mitarbeitenden bereiten wir finanzielle Daten visuell auf und binden sie in Form von Grafiken in die Präsentationen für die Betriebsversammlung oder die gedruckte Betriebs-Information ein. Bei Nachfragen nehmen sich Geschäfts- und/oder Teamleitung gerne die Zeit, komplexe Zusammenhänge zu erläutern.

GWÖ-Bewertung C4.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Herausgabe halbjährlicher Betriebs-Informationen als Ersatz für coronabedingt entfallende Teilbetriebsversammlungen
- » Testbetrieb einer internen Social-Media-Plattform für Mitarbeitende

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Einführung eines monatlichen Betriebs-Telegramms
- » In Microsoft integrierte Kommunikations-Plattform
- » Kleines Taschen-Lexikon oder Wiki für Einsteiger:innen („How to BODAN“)

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Indikator: Legitimierte Führungskräfte

Indikator	2019	2020
Von eigenen Mitarbeitenden legitimierte Führungskräfte:		
- Über Anhörung	41 %	44 %
- Über Gespräche	41 %	44 %
- Gesamt	82 %	88 %

Wahl und Einsetzen der Führungskräfte

Wir streben an, **Führungskräfte aus den eigenen Reihen** zu rekrutieren. Wenn in der Leistungsbewertung neben den Fachaufgaben Potential für Führungsaufgaben erkennbar ist, sprechen wir dies an. Daraus resultieren ggf. Gespräche mit der jeweiligen Geschäftsbereichsleitung zur konkreten Entwicklungsplanung, die dann mit der Personalverwaltung und dem Mitarbeitenden unter entsprechender Information und Anhörung der Mitarbeitendenvertretung stattfindet.

In der **Vorbereitung auf Führungsaufgaben** haben wir im Berichtszeitraum die Instrumente Coaching, kollegiales Coaching, Mentoring und Cross-Mentoring eingesetzt. Diese Instrumente sind auch weiterhin Bestandteile unserer Fach- und Führungskräfte-Entwicklung (siehe C1.1).

Eine **Wahl der Führungskräfte** durch die Mitarbeitenden findet derzeit nicht statt. In vielen Fällen sind unsere Führungskräfte jedoch durch Anhörung und Gespräche mit den Mitarbeitenden legitimiert.

Mitwirkungsmöglichkeiten der Teammitglieder

Offene Stellen für Führungskräfte schreiben wir – wie auch andere Stellen – zunächst 14 Tage lang intern aus (siehe auch C1.3). Unsere Mitarbeitenden haben somit die Möglichkeit, sich exklusiv zu bewerben. Sollte es zu einer offenen Ausschreibung kommen, behandeln wir interne und externe Bewerbungen gleich.

Die erste Vorauswahl der Bewerbungen führt die Geschäftsleitung eigenständig durch. Sobald es zu einer engeren Auswahl kommt, geben wir unseren Mitarbeitenden die

Gelegenheit, Bewerber:innen kennenzulernen und Feedback zu geben. Die Harmonie in der täglichen Zusammenarbeit ist uns wichtig, gleichzeitig erwarten wir von neuen Führungskräften aber auch eine angemessene Qualifikation.

Maßnahmen, die aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu Führungskräften folgen

Die Geschäftsleitung nimmt die Meinungen und Einschätzungen der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften wahr und berücksichtigt sie bei ihren Entscheidungen.

Auswahl, Evaluierung und Absetzen von Führungskräften

Auswahlkriterien sind sowohl fachliche und methodische Kenntnisse und Fertigkeiten als auch soziale Kompetenz und Führungsqualitäten.

Die **Entscheidung** über die Auswahl von Teamleiter:innen trifft die Geschäftsleitung. Bei Positionen mit hoher Verantwortung für das Unternehmen beziehen wir die GmbH-Gesellschafter:innen mit ein.

Für unsere Führungskräfte gelten dieselbe **Probezeit und Befristung** wie für alle anderen Angestellten.

Die jährliche **Leistungsbeurteilung** unterscheidet sich aktuell nicht. Mit der Einführung des neuen Leitfadens für die Mitarbeitendengespräche (siehe C1.1) ist künftig ein Zusatzfragebogen zum Thema Führungsqualität geplant.

Sollte eine Führungskraft hinter den Erwartungen zurückbleiben, so gibt es zunächst ein ehrliches Feedback mit der Chance, sich zu verbessern. Gelingt dies nicht, suchen wir eine Lösung, die der Person bestenfalls eine Weiterbeschäftigung ermöglicht. Andernfalls ist eine gegenseitige Aufhebungsvereinbarung möglich und wird insbesondere bei verantwortungsvolleren Positionen praktiziert.

GWÖ-Bewertung C4.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Fortsetzung unseres Führungskräfte-Programms

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Zusatzfrageblock zur Führungsqualität bei den jährlichen Mitarbeitendengesprächen

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Indikator: Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Indikator	2019	2020

Entscheidungen mit Anhörung der Betroffenen	70 %	70 %
Entscheidungen mit Mitwirkung der Betroffenen	10 %	10 %
Entscheidungen mit Mitentscheidung der Betroffenen	10 %	10 %

Entscheidungen, an denen Mitarbeitende mitwirken

Strategische Entscheidungen werden in unterschiedlichen Gremien getroffen, in denen je nach Aufgabenstellung verschiedene Mitarbeitende beteiligt sind (siehe Tabelle 12). Dabei bezieht die jeweilige Teamleitung bei der vorgelagerten Entscheidungsfindung auch ihr Team mit ein. Während der Corona-Pandemie fanden die jeweiligen Sitzungen nur eingeschränkt statt, wurden aber im Zuge der bei uns fortschreitenden Digitalisierung wiederbelebt.

Tabelle 12: Ausgewählte Entscheidungsgremien bei BODAN

Gremium	Mitglieder	Entscheidungsbereich
Gesellschafter-Ver-sammlung	Sascha Damaschun, Horst Müller und Hans-Udo Zöller (Geschäftsführer der ARGO)	Genehmigung des Jahresabschlusses, Gesellschafter-Entscheidungen u.a. strategische Unternehmens-entscheidungen
Geschäftsführung	Sascha Damaschun, Volker Schwarz	Strategische Unternehmens-entscheidungen, Vertretung der Gesellschaft nach außen
Geschäftsleitung	Sascha Damaschun, Volker Schwarz, Iris Koch, Jan Pfäffle, Steffen Wolf	Strategische Unternehmens-entscheidungen
BODAN-Beirat	Vertreter:innen aus Berührungsguppen: Elisabeth Huber (Herstellerbetrieb), Hanjo Achatzi (Gesellschaftliches Umfeld), Thomas Schmid (Erzeugender), Thomas Wirth (befreundetes Partnerunternehmen)	Prüfung und Empfehlung des Jahresabschlusses, Erörterung und Beratung zu strategischen Themen, Weiterentwicklung des BODAN-Geschäftsmodells
Sortimentskonferenz	Einkaufsleitung, Teamleitung Einkauf & Vertrieb, Mitarbeitende aus Einkauf, Marketing und Vertrieb	Entscheidungen über Neulistungen, Auslistungen und Sortimentsanpassungen
Verkaufsbesprechung	Kundenberatende und Teamleitung Verkauf	Beratung und Entscheidung zu verkaufsrelevanten Fragen, Austausch zu laufenden/ wünschenswerten Marketingmaßnahmen
Partnerbeirat	Vertreter:innen der Partner-Läden, BODAN-Mitarbeitende aus dem Vertrieb (Außendienst und Verkauf)	Austausch über Anliegen, Wünsche und Anregungen von Kundenseite, Mitbestimmung bei der Kalkulation der unverbindlichen Preisempfehlungen (UVP), Anregungen für die Entwicklung

		von Dienstleistungen und Marketing-Aktionen
Treffen der Erzeuger-Betriebe	Erzeuger:innen/Lieferant:innen von frischem Obst und Gemüse in der Region, BODAN-Mitarbeitende aus Einkauf, Marketing, Nachhaltigkeitsmanagement und Geschäftsführung	Anbauplanung, Umgang mit Preisdifferenzen, witterungsbedingten Liefer-schwierigkeiten und anderen Knapp-heiten
Mitarbeitenden-Vertre-tung	3 von der Belegschaft alle 2 Jahre gewählte Mitarbeiter-Vertreter	Information, Anhörung und Mitbestim-mung im Austausch mit der Geschäfts-führung
Arbeitskreis Logistik	Geschäftsleiter Logistik und Teamleiter Logistik	Logistikrelevante Planungen, Informati-onen, Strategische Planungen, Projekt-berichte.
Teamgespräche	Teamleitung und -Mitglieder, z.B. Einkauf, Verkauf, Verwal-tung	Information über aktuelle Entwicklun-gen und Planungen, Möglichkeit zur Diskussion

Die Entscheidungsfindung **in den einzelnen Abteilungen** ist bei BODAN traditionell von einem **hohen Grad der Selbstorganisation** geprägt. Von Selbstbestimmung zu sprechen wäre übertrieben, da die operativen Grundsätze und alltäglichen Rahmenbedingungen von den Bedürfnissen unserer Einzelhandelskunden bestimmt werden sowie von deren Qualitätsansprüchen, insbesondere bei Frische, Vollständigkeit und Pünktlichkeit.

Die Entscheidungsfreiheit der Mitarbeitenden ist auch abhängig vom jeweiligen **Aufgabenprofil** und dem damit zusammenhängenden Abstimmungsbedarf. Dabei sind wir überzeugt: Je engagierter sich jeder beteiligt, umso besser ist es für alle. Dies spiegelt sich auch in der **Leistungsbewertung** wider, in der „Mitdenken, Mithandeln, Mitgestalten“ Pluspunkte bringt (siehe C2.4).

Entsprechend sind Entscheidungen, an denen Mitarbeitende mitwirken, **so vielfältig wie die Prozesse, Stellenbeschreibungen und Aufgaben**. Hier nur einige Beispiele:

- » Wahl der Mitarbeitenden-Vertretung (MAV)
- » Auswahl und Listung neuer Produkte
- » Prozessoptimierungen
- » Auswahl von Gerichten für den Speiseplan der Kantine
- » Auswahl von Arbeitsgeräten, z.B. der mobilen Geräte für die Kommissionierung und Erfassung im Lager
- » Auswahl der Arbeitskleidung
- » Auswahl der für die Arbeit benötigten Mobiltelefone
- » Innenausstattung der LKW
- » Auswahl von Dienstwagen

Wenn eine **Prozessänderung** ansteht, beziehen wir die Mitarbeitenden stets mit ein.

Als Expert:innen ihrer jeweiligen Bereiche möchten wir sie **künftig noch stärker** dazu anhalten, Prozesse regelmäßig zu hinterfragen und **Verbesserungsvorschläge** (z.B. im Hinblick auf Effizienz, Sicherheit, Nachhaltigkeit) einzubringen. Hierfür ist eine **Ideenbörse** mit Belohnungssystem und Entscheidungsgremium aus verschiedenen Fachleuten angedacht.

Erfahrungen mit der Partizipation von Mitarbeitenden

In der Vergangenheit waren bei BODAN rund 20 Mitarbeitende in GWÖ-Gruppen engagiert und haben verschiedene Projekte mit Gemeinwohl-Bezug angestoßen. Ein Beispiel, das bei den Mitarbeitenden auf besonders viel Anklang stößt, ist die Jobrad-Initiative (siehe C3.2). Zuletzt haben die thematischen GWÖ-Gruppen nicht mehr getagt, sondern Mitarbeitende haben nur noch durch das individuelle Zusammentragen von Informationen aus ihren jeweiligen Abteilungen zur GWÖ-Berichterstattung beigetragen. Den vorliegenden Bericht möchten wir als Auftakt nutzen, die Kolleg:innen wieder stärker in den GWÖ-Prozess mit einzubinden.

Ideensuche für die Verwendung des Preisgelds zum „Umweltpreis Baden-Württemberg“

Mittels eines innerbetrieblichen Ideenwettbewerbs haben unsere Mitarbeitenden darüber entschieden, in welche Maßnahme das Preisgeld von 10.000 € aus dem Umweltpreis für Unternehmen eingesetzt werden soll. Eine Mehrheit sprach sich für die Erweiterung des Naschgartens auf unserem Betriebsgelände aus, was wir 2019 umgesetzt haben. Dabei haben wir vor allem einheimische Pflanzen gepflanzt, die zur biologischen Vielfalt beitragen. Außerdem wurde eine Sitzecke eingerichtet, die mit Wein zuwachsen und Schatten spenden soll. Ein Team aus Kolleg:innen hat sich bereit erklärt, sich um die Pflege des Naschgartens zu kümmern.

Abbildung 20: BODAN Naschgarten beim naturnahen Firmengarten

Mit seinen einheimischen Blühpflanzen bietet er einen wertvollen Lebensraum für Insekten



Die BODAN-Film-Crew

Auf Initiative der Mitarbeitenden hat BODAN 2020 eine Filmgruppe ins Leben gerufen. Über einen Aushang wurde zur Teilnahme eingeladen. **6 Mitarbeitende aus verschiedenen Abteilungen** (Auszubildende, Rechnungswesen, Umweltmanagement, Verkauf, Beratung und Marketing) haben die Start-Crew gebildet und zum Auftakt einen eintägigen Workshop mit Übungs-Drehs zur Videoproduktion mit dem Smartphone absolviert. Für Aufnahme und Schnitt wurde in technische Ausrüstung und Software investiert. Dank der Rekrutierung der Film-Crew aus den eigenen Reihen, wirken die Mitarbeitenden selbst an der **internen und externen Unternehmenskommunikation** mit und entscheiden mit über die **Themenwahl**. Das intern aufgebaute Know-how war während der Corona-Pandemie besonders hilfreich, um trotz seltener physischer Begegnungen die Zusammenhänge der ökologischen Lebensmittelwirtschaft lebendig erfahrbar zu machen.

Beispiele für Filmprojekte, die bereits in der Startphase in 2020 realisiert wurden:

- » Einrichten eines [YouTube-Kanals](#) für BODAN
- » [BODAN erkundet den Weltacker](#)
- » [Willkommen auf der BODAN Messe-Plattform](#)
- » [Bio von Anfang an – bioverita bei BODAN](#)

- » [Alte Sorten neu entdeckt – Vielfalt Schmeckt bei BODAN](#)
- » [„Vielfalt Schmeckt“ auf dem Demeter-Hof Ibele](#)
- » [„Vielfalt Schmeckt“ Koch-Clip: Höribülle-Dinkel-Wrap](#)
- » [„Vielfalt Schmeckt“ Koch-Clip: Feldsalat-Polenta-Gratin mit der alten Sorte „Étampes“](#)
- » [Studium bei BODAN](#)

Maßnahmen für mehr Mit-Verantwortung und -Entscheidung

Es gibt zahlreiche **Gremien**, in denen Mitarbeitende sich bei Entscheidungen einbringen (siehe Tabelle 12). Zudem arbeiten wir an **dynamischen Stellenbeschreibungen**, die mehr Spielraum für Eigeninitiative geben (siehe C1.1). Die **Rekrutierung** von Führungskräften erfolgt bevorzugt aus den eigenen Reihen (siehe C4.2).

Speziell im **Verkauf** möchten wir künftig die finanzielle Entscheidungshoheit der Mitarbeitenden stärken: Jede:r soll ein Budget erhalten, das frei für den jeweiligen Kund:innenstamm eingesetzt werden darf, z.B. für Rabatte, Produkt-Muster oder Reklamationen. Dabei soll es ein begleitendes Monitoring geben.

Auch das **Einkaufs-Team** soll künftig einen größeren Gestaltungsspielraum inklusive freiem Budget haben. Dies ist im Rahmen der für 2021 und 2022 geplanten Schulungen angedacht (siehe A2.1).

GWÖ-Bewertung C4.3



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Ideenwettbewerb zur Verwendung des Umweltpreis-Preisgelds
- » Gründung einer Filmgruppe

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Ideenbörse mit Belohnungssystem für Prozessverbesserung
- » Intensivere Einbindung der Mitarbeitenden in den GWÖ-Prozess
- » Fertigstellen der dynamischen Stellenbeschreibungen inkl. Verantwortungsbereichen
- » Finanzieller Gestaltungsspielraum in Verkauf und Einkauf
- » Weiterentwicklung der Film-Gruppe

C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Betriebsrat und ggf. Gründe für sein Fehlen

Aktuell gibt es bei BODAN keinen Betriebsrat, da Mitarbeitende bisher keine entsprechende Initiative ergriffen haben.

Maßnahmen anstelle der Gründung eines Betriebsrats

Die Mitarbeitenden wählen alle zwei Jahre eine **Mitarbeitendenvertretung (MAV)**. Diese besteht aus drei Personen, darunter ist je mindestens eine Person aus dem logistischen und dem kaufmännischen Bereich.

Die MAV wird über alle im Unternehmen wichtigen Entscheidungen **informiert und angehört**. Ihre Aktivitäten und Ergebnisse stellt sie regelmäßig bei den Teilbetriebsversammlungen vor. Konkret nimmt die MAV folgende **Aufgaben** wahr:

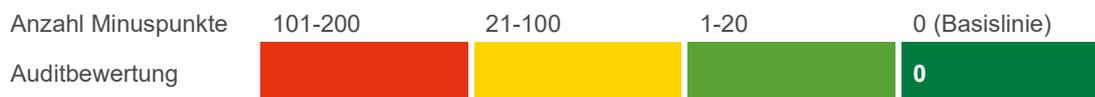
- » Interessenvertretung der Beschäftigten
- » Vermitteln bei sozialen Reibungspunkten
- » Vermitteln bei Fehlverhalten von Mitarbeitenden
- » Monatliche Besprechungen mit Personalverwaltung und Geschäftsführung
- » Organisation der Sommerfeiern

Im Mai 2019 hat die MAV ergänzend zur E-Mail-Adresse einen Briefkasten im Eingangsbereich eingerichtet. Er wird wöchentlich geleert und ermöglicht es allen Mitarbeitenden, Anliegen auch anonym einzureichen.

Unterstützen und Anregen eines Betriebsrats

Die einrichtete MAV hat sich in den letzten Jahren bewährt und als gut funktionierende Organisationsform zur Artikulation der Arbeitnehmer:innen-Interessen erwiesen. Sollten die Mitarbeitenden die Initiative zur Gründung eines Betriebsrats ergreifen, werden wir uns wohlwollend mit dem Thema beschäftigen.

GWÖ-Bewertung C4.4



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Einrichtung eines MAV-Briefkastens

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Unterstützung eines Betriebsrates, sofern Interesse bei der Arbeitnehmerschaft besteht

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund:innen

Indikatoren: Kommunikation mit Kund:innen

Indikator	2019	2020
Ausgaben Werbung	292.537,86 €	251.645,72 €
Ausgaben Verkauf	400.538,4 €	467.913,42 €

Unsere Kundschaft

BODAN ist als Großhändler angetreten, um unabhängige Bio-Hof- und Naturkostläden zu stärken. Durch ein Sortiment, das deren Kund:innen nachhaltig überzeugt und durch professionelle Services, die den Warenfluss in Schwung bringen. Mit ganzer Kraft setzen wir uns für diese selbständigen Bio-Läden ein. Daher verzichten wir z.B. auf die Belieferung von bundesweit agierenden Bio-Ketten, konventionellen Einzelhändlern oder Discountern.

Viele der von uns belieferten Betriebe sind Bio-Läden kleineren und mittleren Zuschnitts, die als Orte der menschlichen Begegnung und des persönlichen Informationsaustauschs eine wichtige Funktion im lokalen und regionalen Wertschöpfungs- und Wertschätzungskreislauf übernehmen.

Zu unseren insgesamt gut 600 Abnehmer:innen gehören:

- » vor allem selbständige Naturkost-Einzelhändler:innen inklusive Bio-Supermärkte und Hofläden auf Bio-Höfen, aber auch
- » soziale Einrichtungen
- » Bio-Lieferdienste (Grüne Kisten)
- » Bio-Marktbeschicker:innen
- » ausgewählte, selbständige Reformhäuser
- » inhabergeführte regionale Filialen
- » Bio-Catering und Bio-Gastronomiebetriebe (über unseren Handelspartner Epos Bio-partner Süd GmbH).

Wir beliefern nicht:

- » den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel
- » Bio-Discountern
- » Bio-Märkte des Lebensmitteleinzelhandels (z.B. Temma der REWE)
- » Privathaushalte
- » sonstige Unternehmen, deren Hauptgeschäftsfeld nicht der Vertrieb von Bio-Lebensmitteln und/oder kontrollierter Naturkosmetik ist.

Gewinnen neuer und Betreuen vorhandener Kund:innen

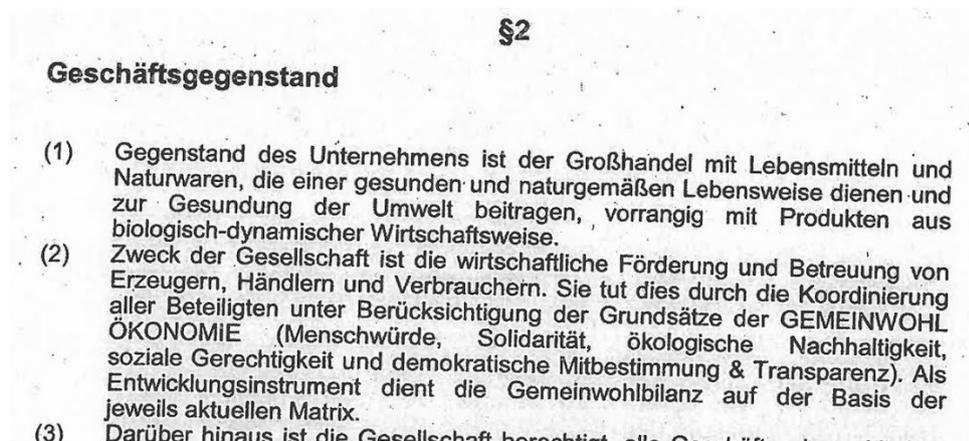
Zur Erweiterung unseres Kundenkreises setzen wir darauf, dass unsere Kund:innen uns aufgrund guter Leistungen und partnerschaftlichen Handelns weiterempfehlen. Zudem stellen wir unsere Sortimente und Services auf Fachmessen vor und machen über Öffentlichkeitsarbeit auf aktuelle Projekte aufmerksam, für die wir uns engagieren. Eine Kalt-Akquise oder aktive Kontaktaufnahme zu einzelnen Bioläden fand im Berichtszeitraum nicht statt.

Interne Umsatzvorgaben und Priorität des Kund:innennutzens

Das **Gehalt** unserer Mitarbeitenden ist bewusst zu hundert Prozent **unabhängig von ihren Verkaufszahlen**. Dies sehen wir als wichtige Voraussetzung für eine Beratung, die nicht provisionsgetrieben, sondern auf den individuellen Bedarf der Kunden ausgerichtet ist.

Abbildung 21: Ausschnitt aus dem Gesellschaftsvertrag

Wirtschaftliche Förderung von Händlern ist Teil des Unternehmenszwecks



Die **wirtschaftliche Förderung der Kund:innen** hat für BODAN einen so **hohen Stellenwert**, dass sie sogar im Gesellschaftervertrag verankert ist.

In allen Verkaufsphasen pflegen wir dabei eine **partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe**:

- » Bei **Geschäftsneugründungen** kann die Zusammenarbeit bereits mit der Beratung bei Standortauswahl, Businessplan, Ladenkonzept und Ladenausstattung beginnen.
- » Unser Beratungsteam im Außendienst berät **fortlaufend** zu Sortimentsgestaltung, betriebswirtschaftlichen Fragen, Kassensystemen und IT.
- » Bei der **Produktauswahl** für die täglichen Bestellungen berät das vierzehnköpfige BODAN-Verkaufsteam, das auch für alle Fragen rund um die **Bestellabwicklung und Lieferung** zur Verfügung steht.
- » Bei **Warenpräsentation und Marketing** im Laden unterstützen wir durch Beratung und stellen attraktive Werbematerialien bereit, die den Verkauf unterstützen und für Transparenz sorgen.
- » Des Weiteren bieten wir unseren Kund:innen umfassende **Qualifizierungsmaßnahmen**, welche ihre Naturkost-Fachkompetenz, die Qualität der Konsument:innenberatung im Laden und die Managementfähigkeiten stärken, z.B. mit dem von uns mitgetragenen Bildungsnetzwerk Naturkost ([binako](#)).
Seit 2020 werden hier aufgrund der Corona-Pandemie vermehrt Webinare angeboten. Sie wurden von den Kund:innen sehr gut angenommen, auch weil durch sie keine Extra-Kosten für Anfahrt und Unterkunft entstehen.
Ergänzend haben wir 2020 als Alternative zu Vor-Ort-Beratungen **Online-Sprechstunden mit unseren Strategie- und Fachberatern** konzipiert.
- » In 2019 gestartet ist außerdem unser **Zukunftslabor** (siehe D4.1).

Ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess

Transparenz. Wir sind immer bestrebt für größtmögliche Transparenz zu sorgen, und zwar über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg – von den Anbauenden über Verarbeitung und Handel bis hin zu den Konsumierenden. Dabei bieten wir bevorzugt Produkte an, deren Mehrwerte über reine Bio-Standards hinausgehen und die unseren Kund:innen die Möglichkeit zur Profilierung bieten (siehe D2.1)

Gegenseitige wirtschaftliche Förderung. Unser Beratungs- und Entwicklungsansatz gründet auf der Überzeugung, dass eine bestmögliche Entwicklung der Partner auch das Fortbestehen unseres eigenen Unternehmens sichert.

Partnerschaft auf Augenhöhe. Wir pflegen eine partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Die Sicherung von Qualität und Werthaltigkeit der gehandelten Produkte steht hierbei an erster Stelle.

BODAN-Partnerprogramm. Naturkost-Läden, die BODAN-Partner werden, profitieren in unserem Partnerprogramm vom Zugang zu attraktiven Leistungspaketen, einem intensiven Know-how-Transfer und praxisgerechten Schulungsangeboten. Über den Partnerbeirat und das Partnerforum (siehe A4.2) entscheiden sie überdies mit, wenn es um Sortimente, neue Dienstleistungen und Kalkulationsgrundlagen geht.

Abbildung 22: Bio-Handelskultur bei BODAN



Eingehen auf Wünsche und Reklamationen

Zu den Angeboten und Services, mit denen wir auf die Wünsche unserer Kund:innen eingehen gehören:

- » **Kontinuität in der Kundenberatung:** Wo möglich werden einem Bioladen feste Beratungspersonen aus dem Verkauf zugeordnet, die mit den individuellen Anforderungen des Ladens und mit dem Sortiment vertraut ist.
- » **Reklamationen:** Sollte gelieferte Ware trotz Qualitätssicherung Grund zur Beanstandung geben, können Kund:innen ein unkompliziertes Reklamationsverfahren nutzen, das sie seit 2019 vollständig online abwickeln können – rund um die Uhr. In 2020 haben wir zusätzlich eine vereinfachte Belegbuchung für Reklamationen eingeführt. Die Gutschrift erfolgt einmal wöchentlich und wird mit den Bestellungen sowie der Leergut-Rückgabe verrechnet.
- » **Qualitätssicherung:** Die Kundenberater:innen im Verkauf nehmen teil am täglichen Rundgang im Obst- und Gemüselager und machen sich so ein Bild von den aktuellen Waren-Qualitäten. So können sie die Bioläden optimal beraten. In Corona-Zeiten

wurde der Lagerrundgang teilweise durch einen Podcast zu aktuellen Obst- und Gemüsequalitäten ersetzt.

- » **Statistik und Analyse:** Die Kundenberater:innen unterstützen die Läden bei Inventur und Verkaufsanalyse durch die Erstellung individueller Auswertungen, Statistiken und Inventurvorgaben. In 2020 haben wir hierfür gemeinsam mit den „Regionalen“ die Category Management Plattform „Quant“ eingeführt, über die unsere Fachberater:innen für die Läden die Verkaufsdaten von Produkten über die Großhändler hinweg einsehen und daraus Empfehlungen für Aktionen, Sortimentsentwicklung etc. ableiten können.
- » **Online-Marketing:** Gemeinsam mit dem Naturkost-Großhändler Rinklin und der Regionalwert AG betreiben wir die Gesellschaft für Bio-Marktentwicklung (GBE), die Module zur Optimierung des Online-Marketings anbietet. Dazu zählen Suchmaschinen-Optimierung, Webdesign und Social-Media-Beratung.
- » **Über-Nacht-Lieferung:** Ware, die bis 13-14 Uhr (je nach Region) bestellt ist, wird über Nacht bis zum nächsten Morgen ausgeliefert.
- » **Beratung vor Ort:** Unsere-Strategie- und Fachberater halten nicht nur per Telefon und Mail Kontakt zu unseren Kund:innen. Sie bieten auch persönliche Beratung vor Ort im Laden und packen bei großen Aktionen vor Ort mit an. 2019 und 2020 hat unser Team über **1.000 Besuche vor Ort** und rund **450 telefonische / digitale Beratungen** gezählt – letztere vor allem während der Corona-Pandemie.
- » **Partnerprogramm:** Bioläden, die BODAN-Partner sind, nehmen an regelmäßigen Treffen teil und haben verschiedene Möglichkeiten, sich an Meinungsbildungsprozessen zu beteiligen (siehe D4.1)
- » **Hausmesse** (siehe A4.2)
- » **Weiterbildung:** Seminare und Webinare unseres Bildungsnetzwerks binako stärken die Fachkompetenz der Laden-Mitarbeitenden (s.o.)

Wir bieten unseren Kund:innen ein hohes Maß an Erreichbarkeit:

- » Im **BODAN-Online-Shop** können Bio-Läden rund um die Uhr bestellen. Dank praktischer Recherche- und Filtermöglichkeiten finden Sie schnell die für ihre Kundschaft passenden Produkte und erteilen uns mit wenigen Klicks einen Auftrag.
- » Unser **14-köpfiges Kunden-Service-Team** mit persönlichen Kundenbetreuer:innen ist **täglich** für die Mitarbeitenden der von uns belieferten Bio-Läden erreichbar: Mo-Do 08:00 bis 16.30 Uhr, Fr bis 15:00 Uhr, Sa von 08:00 bis 16:30 Uhr
- » Die **Telefonzentrale** ist ebenfalls an jedem Werktag besetzt: Mo-Sa 08:00-16:30 Uhr
- » Zusätzlich gibt es eine **Notfall-Hotline Logistik**, die an allen Ausliefertagen von 05:00-22:00 Uhr erreichbar ist. Die Hotline hilft z.B. weiter, wenn Läden wichtige Mitteilungen für den LKW-Fahrer haben, wenn bestellte Ware vermisst wird oder wenn die Anlieferung durch Baustellen oder Veranstaltungen im Umfeld eines Ladens erschwert wird.

GWÖ-Bewertung D1.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Einführung der Category Management-Plattform „Quant“ zur Sortimentsentwicklung unter breiter Nutzung von Marktdaten

- » Online-Reklamation mit vereinfachter Belegbuchung
- » Online-Sprechstunden mit unserem Außendienst

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Online Vorbereitung und Implementierung einer Austauschplattform für Einzelhändler:innen zu KPIs im Bio-Fachhandel, Managementtools und Best-Practice-Beispielen für Umsetzungen erfolgreicher Ladenprojekte

D1.2 Barrierefreiheit

Indikator: Barrierefreiheit

Indikator	2019	2020
Anteil Umsatz von benachteiligten Kund:innen*	14,82 %	10,62 %

* Kund:innen mit einem Jahresumsatz unter 100.000 € (s.u.).

Hürden für den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen

Im Sinne der Wirtschaftlichkeit auf beiden Seiten geben wir lediglich **Mindestumsatzkriterien** vor. Als Mindestgröße, die für die Aufnahme eines Lieferverhältnisses voraussetzen, gilt i.d.R.

- » ein Mindestauftragswert von 500 Euro pro Bestellung (Senkung auf bis zu 300 Euro für Selbstabholer möglich aufgrund des geringeren Logistik-Aufwands)
- » ein Jahresumsatz in Höhe von 30.000 Euro und
- » eine mindestens wöchentliche Belieferung

Berücksichtigen benachteiligter Kund:innen-Gruppen

Kleine Bio-Läden haben es im Wettbewerb mit größeren Läden und Supermarktketten aufgrund von Skalennachteilen oft schwer. Als benachteiligt ordnen wir Kund:innen mit einem Jahresumsatz unter 100.000 Euro ein – wobei Ausnahmen die Regel bestätigen.

Erleichtern des Zugang zu Produkten/Dienstleistungen für benachteiligte Kund:innen

Bioläden mit relativ geringem Jahresumsatz profitieren in vielen Fällen überproportional stark von unseren Service-Angeboten, insbesondere von (individualisierbaren) Marketingmaterialien und Beratung, da sie sich anders als große Läden oder Ketten weniger eigene Marketingmaterialien oder Experten leisten können.

- » Durch kooperative Marketingmaßnahmen im Verbund mit dem Großhandels-Netzwerk „**Die Regionalen**“ bieten wir selbständigen Naturkost-Einzelhändlern professionell gestaltete und individualisierbare Marketingmaterialien und Ausstattungskomponenten, die sie dabei unterstützen, sich im schärfer werdenden Wettbewerb gegenüber Bio-Handelsketten und dem Bio-Angebot des konventionellen Einzelhandels zu profilieren. Unter der Marke „**Echt Bio**“ bieten wir u.a. einen 14-tägigen Aktionsflyer mit individuellem Logoeindruck und frei zu gestaltender Rückseite an.
- » Im Rahmen der **KorBio GmbH** (Firmen-Eintragung 24.11.2020) planen wir, die Interessen regionaler Bio-Großhändler zum Wohl des Naturkost-Einzelhandels zu bündeln, um faire Wettbewerbsbedingungen gewährleisten zu können (siehe A2.1).

Gleichwertige Konditionen für kleinere und gemeinwohlerorientierte Unternehmen

- » Es herrscht das **Solidarprinzip**, d.h. es wird kein Preisaufschlag für kleinere Abnahmemengen erhoben. (An logistischen Skaleneffekten werden die Kund:innen über ein Rückvergütungssystem, den sogenannten „Logistikbonus“, beteiligt.)
- » Wir bieten unseren Kund:innen zum Teil auch **Einzelprodukte und kleinere Verpackungseinheiten** an, um eine hohe Warenpräsenz bei geringer Kapitalbindung zu ermöglichen. Somit können auch innovative Produkte auf dem Markt Fuß fassen, die andernfalls nur geringe Marktchancen hätten. Wir fördern die Vermarktung von solchen Produkten z.B. flächendeckend im Bereich Kosmetik, Wein und Superfood.
- » In unserem Verkaufsteam gibt es **keine „Key-Account-Manager:innen“**. Auch kleine Kund:innen werden persönlich beraten.
- » Einkommensschwache Läden oder Ladenprojekte in besonderen Situationen (Baustellen, Umzüge, etc.) werden mit **Mengen unterhalb der Mindestumsatzkriterien** beliefert, und zwar gemäß derselben Preisliste wie alle anderen.
- » Es gibt **keine allgemeinen Abnahmeverträge**, die Bioläden zur Listung bestimmter Sortimente zwingen und freies Handeln behindern.
- » **Angebote und Produktinformationen** stehen allen Kund:innen kostenfrei zur Verfügung. Bestellungen sind **auf verschiedensten Wegen** möglich, sodass jeder Bioladen und alle Bioladen-Mitarbeitenden entsprechend ihren Möglichkeiten wählen kann: Bestellung und Reklamationen über
 - Schnittstelle zur Warenwirtschaft
 - BODAN-Online-Shop
 - per Fax
 - telefonisch
- » Für die Bäckerei des Lehenhofs bei Überlingen, eine inklusive Einrichtung in der 350 Menschen mit und ohne Behinderungen zusammen leben und arbeiten, transportieren wir täglich frisches Brot und Backwaren zu gemeinsamen Kunden.
Wirkung: Erhöhen der Wirtschaftlichkeit gemeinwohlerorientierter Organisationen.

GWÖ-Bewertung D1.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Vorbereitung und Eintragung der KorBio GmbH (siehe A2.1)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Aufnahme der geplanten Geschäftstätigkeit der KorBio GmbH (siehe A2.1)

D1.3 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Welche konkreten Werbe- und Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?

Keine.

Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Keine.

GWÖ-Bewertung D1.3



D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Indikatoren: Kooperation mit Mitunternehmen

Indikator	2019	2020
Arbeitsstunden von Mitarbeitenden ...		
...in Kooperations-Projekten	1.555 Stunden	1.587 Stunden
...in Kooperations-Projekten mit Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	464 Stunden	600 Stunden
...aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0 Stunden	0 Stunden
...aus Kooperations-Projekten mit Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, aber mit anderer Zielgruppe	1.091 Stunden	987 Stunden
Anteil Mitarbeitendenstunden in Kooperations-Projekten an Mitarbeitendenstunden gesamt	0,4 %	0,4 %

Anmerkung: Unsere Kooperationsprojekte lassen sich selten konkreten Produkten zuordnen, sondern fallen eher in die Kategorie „Zukunftsinvestition (siehe B2.1). Von daher sind hier keine Umsätze angegeben.

Kooperationen mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards

BODAN engagiert sich mit Partner:innen in zahlreichen Initiativen, um Qualitäten zu entwickeln, die über den reinen Bio-Standard hinausweisen (siehe Tabelle 13 und B2.1).

Tabelle 13: Qualitäten, die über Bio hinausweisen



Eier mit dem Siegel der **Bruderhahn Initiative Deutschland (BID, ab 2021 Bruder Tier Initiative)** stehen für eine ethisch vertretbare Form der Hühnerhaltung – ohne das Töten männlicher Küken.

Von jedem Ei mit diesem Siegel fließen über BODAN 4 Cent des Verkaufserlöses in die Aufzucht und Vermarktung der Legehennen-Brüder.

www.bruderhahn.de | www.bodan.de/oekotierzucht



Ziel der **Ökologischen Tierzucht gGmbH (ÖTZ)** ist die Züchtung von Zweinutzungshühnern, die sowohl für die Eier- als auch für die Fleischproduktion geeignet sind. Über die Kampagne „1 Cent pro Ei für die Öko-Tierzucht“ leitet BODAN pro verkauftem Ei 1 Cent an die ÖTZ weiter. In 2021 sollen die ersten Eier von ÖTZ-Hühnern über BODAN in die Bioläden kommen.

www.oekotierzucht.de | www.bodan.de/oekotierzucht



Produkte mit diesem Siegel kommen aus Milchviehbetrieben mit artgemäßer, **kuhgebundener Kälberaufzucht**. Das heißt Kuh und Kalb werden nach der Geburt nicht getrennt. Alle Kälber – männliche und weibliche – dürfen bei den Kühen bleiben. Sie werden von ihren Müttern oder Tanten gesäugt – möglichst die ersten drei Lebensmonate, mindestens aber die ersten vier Wochen.

Die Mitgliedsbetriebe der Erzeugergemeinschaft Demeter MilchBauern Süd haben auf ihren Höfen 2019 die kuhgebundene Kälberaufzucht zum Standard gemacht. Die hierfür zu erfüllenden Richtlinien haben sie zusammen mit dem Nutztierschutzverein PROVIEH erarbeitet.

Im Oktober 2019 wurden von BODAN die ersten Milchflaschen mit dem neuen Siegel ausgeliefert. Seit Mai 2020 gibt es exklusiv bei BODAN auch Butter, die das besondere Qualitätssiegel trägt. Demnächst folgen die ersten Fleisch-Produkte.

www.kuhpluskalb.de | www.heumilchbauern.de



Mit dem Qualitätssiegel **Sivisio** werden Anbauprojekte nach öko-sozialen Kriterien zertifiziert, die über den EU-Bio-Standard hinausgehen. Sivisio wirkt u.a. auf eine Anhebung der Sozialstandards für Mitarbeitende hin. Das Siegel garantiert außerdem eine lückenlose Nachvollziehbarkeit der Wertschöpfungskette vom Acker bis auf den Teller.

www.sivisio.de



Das **bioverita**-Qualitätssiegel tragen samenfeste Gemüsesorten, die von Anfang an unter Bio-Bedingungen gezüchtet wurden – unabhängig von großen Saatgutkonzernen. Sie sind optimal an die Anforderungen im Bio-Landbau angepasst und können von den Anbauern selbst vermehrt werden. Bio-Züchter arbeiten dabei mit Methoden, die im Einklang mit den Prinzipien des Bio-Landbaus stehen. Sie stärken die Artenvielfalt und begünstigen so die Entwicklung von standortangepassten Sorten. Damit leisten Bio-Züchter:innen einen wichtigen Beitrag zur Unabhängigkeit des Bio-Landbaus.

www.bioverita.ch | www.bodan.de/bioverita



ProSpecieRara ist eine gemeinnützige Gesellschaft für die kulturhistorische und genetische Vielfalt von Pflanzen und Tieren in Deutschland. Im Laden dient ihr Qualitätssiegel dazu, gefährdete Sorten und aus ihnen hergestellte Produkte zu kennzeichnen.

Als Verbundpartner im Projekt „Vielfalt Schmeckt“ setzt sich BODAN gemeinsam mit ProSpecieRara und Rinklin für den Erhalt der Kulturpflanzenvielfalt ein. Ziel des Verbundprojekts ist es, bedrohte traditionelle Gemüsesorten zurück auf die Felder zu bringen und in Bioläden anzubieten, sodass diese durch Nutzung erhalten bleiben.

www.prospecierara.de | www.vielfaltschmeckt.de | www.bodan.de/prospecierara

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche

Als Pionierunternehmen gehen wir selbst voran und zeigen immer wieder Möglichkeiten auf, um ökologische, soziale und qualitative Standards zu erhöhen. Darüber hinaus engagieren wir uns auf verschiedenen Ebenen für eine allgemeine Erhöhung der Branchenstandards, die sich im Idealfall auch in gesetzlichen Regelungen niederschlagen (siehe Folgeabsatz):

Engagement bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards

Als Partnerunternehmen im **Innovationsprojekt QuartaVista** haben wir uns aktiv an der Entwicklung einer um öko-soziale Aspekte erweiterten Bilanzierung und Unternehmenssteuerung beteiligt (siehe D4.2). Im Rahmen der umfassenden Öffentlichkeitsarbeit zum Projekt

haben wir dabei auch auf notwendige politische und gesetzliche Weichenstellungen aufmerksam gemacht.

Als **Mitglied in Verbänden und Organisationen** haben wir uns im Rahmen folgender Initiativen zur Erhöhung der ökologischen, sozialen und qualitativen Branchenstandards aktiv eingebracht:

Im Bundesverband Naturkost & Naturwaren (BNN):

- » **BNN Nachhaltigkeitsmonitoring** ([Link](#)). Ab 2012 haben wir hier regelmäßig teilgenommen. Mit dem Berichtsjahr 2018 ist das Monitoring ausgelaufen, aber wir streben eine Weiterentwicklung im Verband an und bringen uns hierfür aktiv ein.
- » **Monitoring für Obst, Gemüse und Trockenware** ([Link](#)). Hier wird Ware aus dem Naturkosthandel ergänzend zur erfolgten Zertifizierung systematisch auf Verunreinigungen mit Pestiziden untersucht wird. Insgesamt 24 Großhandelsunternehmen sowie Importeure und Exporteure der Naturkostbranche nehmen an diesem Monitoring teil und tauschen ihre Analyseergebnisse unter Nennung ihrer Lieferant:innen untereinander aus.
- » **Sortimentsrichtlinien** ([Link](#)). Als BNN-Mitglied bringen wir uns aktiv ein beim Entwickeln und Umsetzen der Sortimentsrichtlinien. Sie wurden 2016 neu aufgelegt und garantieren den Konsument:innen im Naturkost-Laden ein 100-prozentiges Bio-Sortiment. Das gemeinsame Regelwerk von BNN und Naturkost Süd e.V. steht dem Einzelhandel als Broschüre zur Verfügung. Die Umsetzung der Sortimentsrichtlinie unterstützen wir aktiv durch die Übernahme der Kennzeichnungen in Angeboten und Preislisten.
- » **Steuergruppe zur Erneuerung des BNN**. Aktive Mitarbeit (im Berichtszeitraum) (siehe auch A1.1)

In der von BODAN mitgetragenen Bildungsnetzwerk Naturkost GmbH (binako):

- » Die **Fachberater:innen-Qualifikation für Naturkost- und Reformwaren** ([Link](#)) wurde von binako mit initiiert. Die berufsbegleitende Weiterbildung führt zu einem IHK-Abschluss und setzt neue Standards. BNN, Industrie- und Handelskammer Bodensee-Oberschwaben und namhafte Bildungsträger haben gemeinsam einen Lehrplan erstellt, der zur kompetenten Fachkraft qualifiziert.

Im Demeter Verband:

Im Demeter-Verband bringen wir uns bei der Weiterentwicklung von **Bio-Standards** ein (siehe auch A1.1).

- » BODAN-Geschäftsführer Sascha Damaschun war im Berichtszeitraum Mitglied im **Aufsichtsrat** des Demeter e.V.
- » Wir beteiligen uns in der **Demeter Fachgruppe Handel** und
- » bringen uns in der örtlichen Regionalgruppe „**Bündnis für bio-dynamische Wirtschaftsweise**“ als Mitglied des Koordinationskreises aktiv mit ein.

In der Sektion Landwirtschaft am Goetheanum ([Link](#)):

- » Wir sind Erstunterzeichner der **Charta für assoziatives Wirtschaften (2018)** und setzen uns für einen positiven Kooperations- und Transparenzbegriff im Wettbewerbsrecht ein. Unser Ziel ist, dass Verbraucher:innen am Produkt klar erkennen können, welcher Betrag beispielsweise für faire Erzeugerpreise oder ein höheres Tierwohl aufgewendet wird. Seither setzen wir uns für eine weitere Ausgestaltung der Charta ein, für echte Verbindlichkeit bei den unterzeichnenden Partner:innen sowie für die Berücksichtigung im Wettbewerbsrecht. Hierfür nimmt Sascha Damaschun an der jährlichen

Sitzung des Wirtschaftskreises der Sektion Landwirtschaft am Goetheanum Dornach teil (siehe A2.1).

Kooperationen mit Unternehmen und Ziele der Kooperationen

Wir setzen auf Kooperation statt auf Konkurrenz, und zwar auf allen zentralen Handlungsfeldern unseres Unternehmens wie Einkauf, Handel, Marketing, Qualifizierung und Logistik. Dabei scheuen wir auch nicht die Zusammenarbeit mit direkten Mitbewerbern (siehe Abbildung 23), sondern nutzen diese aktiv zur Schöpfung von Synergien.

Abbildung 23: Partner im Verbund regionaler Großhändler „Die Regionalen“
(Hier kooperieren wir auch mit konkurrierenden Unternehmen in unserem Vertriebsgebiet)



Tabelle 14: Unternehmenskooperationen und Ziele

Kooperation	Ziele inkl. Informationsaustausch
<p>Die Regionalen GmbH Kooperation mit 11 anderen regionalen Naturkost-Großhändlern in Deutschland, von denen einige zu unseren direkten Mitbewerbern gehören.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Stärken des selbständigen Naturkost-Fachhandels im sich verschärfenden Wettbewerb mit Bio-Handels-Ketten, dem konventionellen Lebensmittel-Einzelhandel und Discountern - Bereitstellen professioneller, individualisierbarer Werbemittel für selbständige Bio-Läden, insbesondere im Rahmen der umfangreichen Kampagne „Echt Bio“ - Nutzen von Synergien und Preisvorteilen in den Bereichen Marketing, Warenpräsentation und Ladentechnik
<p>Regionalwert AG und Tagwerk eG</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gegenseitige Stärkung der ökonomischen Basis - Beteiligen der Mitwirkenden an der Wertschöpfung zum Wohl der Regionen. - Gemeinsames Beliefern von Kunden zum Verringern des Verkehrsaufkommens - Teilen von Wissen und Erfahrungen
<p>bildungsnetzwerk naturkost GmbH Kooperation mit 9 weiteren Naturkostgroßhändlern</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ausbau von Kompetenzen im Bio-Einzelhandel, um den Naturkost-Markt wirtschaftlich erfolgreich mitzugestalten - Teilen von Wissen und Erfahrungen

<p><u>ecoinform GmbH</u> Kooperation mit zahlreichen anderen Unternehmen der Branche und dem BNN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bereitstellen und Pflegen eines Branchen-Produkt-Informationssystems, das Einzelhandel, Großhandel, Herstellenden und Konsumierenden Informationen zu Bio-Produkten bereitstellt – von Artikelstammdaten bis hin zu Allergieinformationen
<p><u>DATA NatuRe eG</u> Kooperation mit zahlreichen anderen Unternehmen der Branche</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbau und Pflege eines gemeinschaftlich getragenen Datenpools für Produktstammdaten - Seit März 2017 ist der Datenpool für Herstellende, Inverkehrbringende, Großhandel, Einzelhandel, Kassensystemdienstleistende, Onlineshops und alle weiteren Datenabnehmenden nutzbar
<p><u>Naturkost Schramm Import-Export GmbH</u> Gemeinsamer Betrieb mit sechs weiteren Naturkost-Großhändlern</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pflege langjähriger Handelsbeziehungen mit Anbaubetrieben im Ausland - Erhöhen der Transparenz in der Wertschöpfungskette vom Ursprungsort an - Fördern von Qualitäten im Anbau, die in Bezug auf Nachhaltigkeit und soziale Aspekte über die Anforderungen des EU-Bio-Siegels hinaus gehen - Gemeinsame Projektreisen in die Ursprungsländer, um Händler:innen und Ladner:innen direkte Einblicke in Produktionsweisen und nachhaltige Projekte vor Ort zu ermöglichen
<p><u>EPOS Biopartner Süd GmbH</u> Gemeinsamer Betrieb mit sieben weiteren Naturkost-Großhändlern (darunter drei direkte Mitbewerber)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vermindern des Verkehrsaufkommens und Verkürzen von Lieferstrecken durch regionale Liefer-Kooperation
<p><u>BNN</u> und <u>Demeter e.V.</u> Zusammenarbeit mit Mitgliedern der Verbände.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Produkte und Wirtschaftsweisen über die reine Bio-Qualität hinaus weiterentwickeln - Anheben der sozialen und ökologischen Branchenstandards - Positionieren in politischen Prozessen
<p>Logistik-Kooperationen u.a. mit <u>Tagwerk GmbH</u>, <u>EPOS Biopartner Süd GmbH</u>, <u>Claus Reformwaren Service Team GmbH</u>, <u>Chiemgauer Naturkost GmbH</u>, <u>Händelskontor Willmann für Naturprodukte GmbH</u>, <u>PAXAN Naturwarenhandels GmbH</u> und <u>Rinklin Naturkost GmbH</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsames Nutzen von Lagern, um Lieferstrecken zu verkürzen - Erhöhen der Auslastung von LKW, um gefahrene Kilometer zu reduzieren - Effiziente Versorgung städtischer Räume mit Produkten aus dem regionalen Umfeld
<p><u>Gesellschaft für Bio-Marktentwicklung mbH</u> Gemeinsamer Betrieb mit der <u>Regionalwert AG</u> und <u>Rinklin Naturkost GmbH</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vertiefende Beratung für den inhabergeführten Bio-Fachhandel in Baden-Württemberg, insbesondere in den Bereichen Marketing, Personalsuche, Standortanalyse und Wirtschaftlichkeitsbewertung - Teilen von Wissen und Erfahrungen
<p><u>WIR. Bio Power Bodensee</u> Gemeinsames Netzwerk mit rund 20 regionalen Bio-Höfen am Bodensee</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Verbinden von Erzeugenden, Verarbeitenden, Großhandel, Naturkost-Läden und Konsumierenden am Bodensee - Sichtbarkeit und Transparenz für regionale Lebensmittelherzeugung im Laden - Direktes Erfahrbarmachen von Zusammenhängen in der Wertschöpfungskette z.B. durch Hof-Exkursionen - Beleben regionaler Strukturen und Begünstigen bewusster Konsumententscheidungen

	<ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsame Anbauplanung, um Überproduktionen zu vermeiden - Anregen zu neuen Beteiligungsformen in der regionalen Produktion von Bio-Lebensmitteln - Entwickeln von neuartigen Produkten, die aus Situationen des Marktüberschusses wertvolle Sortimente bilden
<p>Bio Musterregion Bodensee</p> <p>Akteure der Bio-Lebensmittelwirtschaft aus den Landkreisen Bodenseekreis und Konstanz (Gefördert vom Ministerium für Ernährung, ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sichtbarmachen und Vernetzen der Bio-Kräfte in der Region und Schließen von Lücken in regionalen Bio-Wertschöpfungskreisläufen. - Teilen von Wissen und Erfahrungen. - Neue Kooperationen, z.B. zwischen mit Bio-Höfen und mit regionalen Verarbeitungsbetrieben (z.B. delikat essen oder fairfleisch)
<p>Zukunftslabor</p> <p>Begegnungs- und Innovationsplattform für Bio-Einzelhandel und Hersteller, organisiert von BODAN in Zusammenarbeit mit rund 20 werteorientierten Bio-Hersteller-Unternehmen aus ganz Deutschland</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Unterstützung von Leuchtturm-Projekten zur Profilierung individueller Laden-Marken - Stärken und Entwickeln des inhabergeführten Bio-Einzelhandels - Coaching und finanzielle Förderung - Dialogplattform in der Wertschöpfungskette zwischen Hersteller-Unternehmen und Ladner:innen
<p>Vielfalt Schmeckt</p> <p>Gemeinsames Projekt mit ProSpecieRara Deutschland gGmbH und Rinklin Naturkost GmbH</p> <p>Gefördert durch:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>BÖLN Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft</p> </div> </div> <p>aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Erhalt alter, vom Aussterben bedrohter Gemüsesorten durch verstärktes Vermarkten in Bioläden - Sichtbarmachen und informieren über alte, vom Aussterben bedrohte Gemüsesorten, um Bioladen-Kund:innen für das Thema zu sensibilisieren und bewusste Konsumentscheidungen anzuregen, mit denen sie zum Erhalt alter Sorten beitragen.

Angestrebte Unternehmens-Kooperationen

Im Berichtszeitraum haben wir folgende Kooperationen für die Zukunft vorbereitet:

- » **Brudertier Initiative Deutschland e.V.:** Hierbei handelt es sich um eine Öffnung der von uns unterstützten Bruderhahn Initiative Deutschland für weitere Tierarten. Ziel der Initiative ist es, in der Bio-Landwirtschaft jegliche unethische Praxis bei Haltung, Transport und Schlachtung von Nutztieren zu beenden. Ein wichtiges Thema dabei sind die fehlenden Absatzmöglichkeiten für Bio-Milchviehkälber, wofür wir gemeinsam mit interessierten Milcherzeuger-Betrieben Lösungen finden wollen. Neben BODAN sind hier die Großhandelsunternehmen Naturkost Elkershausen, Naturkost Nord und Naturkost Erfurt beteiligt.
- » **KorBio GmbH** (siehe A2.1)

Bereiche, in denen wir Wissen und Informationen mit dem Wettbewerb teilen

Es ist uns ein Anliegen, den ökologischen Wandel im gesellschaftlichen Kontext voranzutreiben. Die Transformation hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft kann umso besser gelingen, je mehr Akteur:innen an einem Strang ziehen. Dafür teilen wir Wissen und Erfahrungen gerne, sogar mit dem Wettbewerb, zum Beispiel im Rahmen der folgenden Kooperationen und Projekte (siehe auch Tabelle 14):

- » [Gesellschaft für Bio-Marktentwicklung mbH](#)
- » [ecoinform GmbH](#) und [DATA NatuRe eG](#)
- » [bildungsnetzwerk naturkost GmbH](#)
- » [Vielfalt Schmeckt](#)

Geplante Maßnahmen zum Anheben der Branchenstandards

Wesentliche Maßnahmen zum Anheben der Branchenstandards im Berichtszeitraum waren:

- » **Demeter-HeuMilch Bauern**: Kommunikation und Umsetzung eines Aufpreises für Milchprodukte der Marke „Die Feine Linie“, um den Mehraufwand für einen gehobenen Standard in der Milchviehhaltung, nämlich für die kuhgebundene Kälberaufzucht, für die Höfe finanzierbar zu machen.
- » **bioverita**: Vermarktungsstart für Gemüse aus biologischer Züchtung mit dem bioverita-Qualitätslabel ab 2019
- » **ProSpecieRara**: Vermarktungsstart für alte, vom Aussterben bedrohte Gemüsesorten mit dem ProSpecieRara-Gütesiegel ab 2020

In Vorbereitung sind weitere Kooperationsprojekte, u.a. mit der **Brudertier Initiative Deutschland e.V.** und der **KorBio GmbH** sowie eine allgemeine **Erhöhung der Branchenstandards** im Rahmen unseres Engagements in den genannten Initiativen und Unternehmen (siehe Tabelle 13).

GWÖ-Bewertung D2.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Etablierung einer transparenten Aufpreis-Vermarktung für Erzeugnisse aus kuhgebundener Kälberaufzucht (Partner: Demeter HeuMilch Bauern)
- » Vermarkten von alten, samenfesten Gemüsesorten (ProSpecieRara)
- » Vermarkten von Gemüse aus Bio-Züchtung (bioverita)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Weitere Kooperationen mit der Brudertier Initiative Deutschland und der KorBio GmbH
- » Vermarkten von Eiern und Fleisch von Zweinutzungshühnern aus ökologischer Tierzucht (ÖTZ) in Partnerschaft mit dem WIR.-Netzwerk
- » Weiterführen unseres Engagements für eine allgemeine Erhöhung der Branchenstandards, u.a. im Rahmen des BNN e.V.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmern

Indikator: Solidarität mit Mitunternehmern*

Indikator	2019	2020

Anteil an Unternehmen der gleichen Branche weitergegebene Aufträge an Aufträgen gesamt	1,61 %	1,63 %
An Unternehmen der gleichen Branche geleistete Finanzmittel	901.189,29 €	835.195,04 €
Anteil an Unternehmen der gleichen Branche geleistete Finanzmittel an Gesamtumsatz	1,12 %	0,86 %
Summe der Finanzmittel zur kurzfristigen Unterstützung von Mitunternehmern	901.189,29 €	835.195,04 €

* Wir investieren viel Zeit und Energie in Kooperationen und Know-how-Transfer, allerdings erfassen wir dies nicht systematisch. An Unternehmen anderer Branchen wurden keinerlei Finanzmittel geleistet.

Bereiche, in denen BODAN uneigennützig und solidarisch gegenüber anderen Unternehmen agiert

Einige Beispiele für solidarisches, uneigennütziges Handeln:

- » Gemeinsam mit unserem in Bayern verwurzelten Partner, dem Regionalgroßhändler **Tagwerk GmbH**, betreiben wir in Garching einen Kühllogistikstandort und ein Leergutlager. Je nach geografischer Lage der Lieferant:innen und Kund:innen beliefern wir Kund:innen gemeinsam, um einen regionalen Warenbezug zu ermöglichen. In der Beratung der Kund:innen vor Ort weisen wir aktiv auf diese Kooperation hin. Dadurch erhöhen wir den Anreiz für den Bezug regionaler Waren, selbst wenn dann nicht wir verdienen, sondern Tagwerk.
- » Über unsere Tochtergesellschaft **Bonatrans** stellen wir Transportdienstleitungen bevorzugt zur Belieferung weiterer Naturkost-Großhändler bereit, z.B. für Ware von Naturkost Schramm.
- » Um den Handelskolleg:innen von Paxan und Chiemgauer Naturkost weiterhin den Bezug von Kosmetikprodukten der Marke Weleda zu ermöglichen, fungieren wir für diese Produkte als Hub-Lager, ohne dies bei der Kalkulation voll abzubilden.
- » Um die finanzielle Basis der **Ökologischen Tierzucht (ÖTZ)** zu stärken, hat BODAN für jedes verkaufte Ei, also auch für Eier, die nicht aus Betrieben der Bruderhahn Initiative Deutschland kommen, 1 Cent für die Ökologische Tierzucht abgeführt.
- » Einigen Unternehmen aus der Nachbarschaft bieten wir die Möglichkeit, den täglich frisch zubereiteten Mittagstisch in unserer **Kantine** zu nutzen, Corona-bedingt war dies in 2020 nur eingeschränkt möglich.

GWÖ-Bewertung D2.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Ausbau der gemeinsamen Belieferung von Kund:innen mit der Logistik der Tagwerk GmbH

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Ausbau weiterer gegenseitiger Sortimentsdienstleistungen im Netzwerk der Naturkost-Großhändler

D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Indikator: Dumpingpreise

Indikator	2019	2020
Anzahl Produkte und Dienstleistungen mit Dumpingpreisstrategie	0	0

Bereiche, in denen wir andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen könnten

Auch wenn wir kooperieren (siehe D2.1), befinden wir uns in einem aktiven **Konkurrenzverhältnis** mit anderen Naturkost-Großhandelsunternehmen, was sich insbesondere in Gebieten regionaler Überschneidung bemerkbar macht.

Zudem nehmen wir durch unseren **Einkauf** Einfluss auf die Entwicklung potenzieller Lieferbetriebe. Dabei ist uns bewusst, dass wir die Umsatzchancen mancher Herstellenden schmälern, wenn wir deren Produkte nicht in unser Sortiment aufnehmen.

Erobern von Marktanteilen auf Kosten anderer

Wir wollen im Wesentlichen auf Ebene der Konzepte in Wettbewerb treten. Überwiegende Marktmacht zu erlangen oder vermeintlich schwächere Akteur:innen auszugrenzen ist für uns nicht erstrebenswert.

Unser Ziel ist es, die Naturkostbranche zu stärken. Der Gewinn von Marktanteilen ist für uns dann sinnvoll, wenn dadurch mehr Bio-Waren verkauft und damit letztlich auch erzeugt werden – insbesondere in unserer Heimatregion am Bodensee. Denn wenn mehr Höfe und Verarbeitungsbetriebe auf „Bio“ umstellen, kommt dies Umwelt und Gesellschaft zugute.

Praxis des Weiterempfehlens von anderen Unternehmen

Wir empfehlen auch Mitbewerber:innen, falls es aufgrund der Unternehmens-Struktur oder der logistischen Aufstellung für potenzielle Kunden oder die Umwelt von Vorteil ist (z.B. mit Blick auf LKW Routenplanung, Anfragen aus Norddeutschland, geringe Umsatzmengen):
Beispiele für Mitbewerber:innen, die wir empfehlen:

- » **EPOS Biopartner Süd GmbH** bei Anfragen aus der Gastronomie
- » Den Naturkostgroßhandel **Bio-Korb**, wenn es um kleinere Mengen geht
- » Großhandelspartner bei den **„Regionalen“** zur besseren Auslastung vorhandener Liefer Routen

Wertender Leistungsvergleich mit Mitbewerbern in der Kommunikation

Wir konzentrieren uns in der Kommunikation auf unsere eigenen Werte und USPs und verzichten dabei auf eine Be- oder Abwertung unserer Mitbewerber:innen.

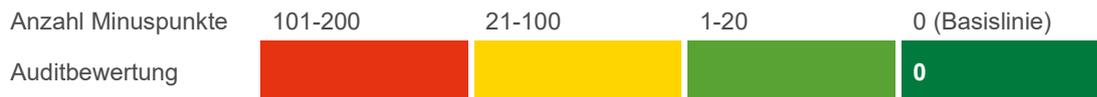
Geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen

Wir führen keine geheimen oder verdeckten Preisabsprachen mit anderen Unternehmen.

Patente, die selbst nicht genutzt werden und andere blockieren

Keine.

GWÖ-Bewertung D2.3



Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Weiteres Wachstum auf Grundlage von Synergien durch Kooperation der Naturkostbranche in der Region, national und international

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Kenntnis der ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen

Die ökologischen Auswirkungen der Nutzung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen ermitteln wir systematisch im Rahmen unseres **Umweltmanagementsystems** gemäß EMAS und ISO 14001:2015.

Ökologische Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen

Als Bio-Großhändler beziehen wir bio-zertifizierte Produkte mit Blick auf ökologischen Mehrwert für Mensch und Natur. Im Fuhrpark sind wir dank effizienter Logistik, alternativer Antriebstechnologien und CO₂-Kompensation leiser und umweltfreundlicher unterwegs als herkömmliche Diesel-LKW-Flotten (siehe auch E3.2).

Maßnahmen zur Reduktion ökologischer Auswirkungen von Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen

Wir bevorzugen Produkte mit geringen negativen Umweltauswirkungen (siehe A3.1).

Berücksichtigung der Umwelteffizienz von Produkten und Dienstleistungen im Geschäftsmodell

Siehe oben.

GWÖ-Bewertung D3.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Weiterer Ausbau des ökologisch ausgerichteten Fuhrparks

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Recherche, Förderung und Einsatz innovativ-effizienter Technologien bei Erzeugung, Verarbeitung und Transport von Naturkost-Sortimenten

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Verankerung von Suffizienz im Geschäftsmodell

Wir begreifen uns als Teil eines Werte- und Wertschätzungskreislaufs, dessen Akteur:innen keine Überschüsse in Form monetären Profits anstreben, sondern zum langfristigen Wohl von Mensch und Natur handeln.

Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen

Siehe unten.

Maßnahmen und Strategien zur Förderung eines maßvollen Konsums bzw. einer suffizienten Nutzung der Produkte und Dienstleistungen

Beim Einkauf bevorzugen wir Erzeuger:innen und Verarbeiter:innen, die nicht in erster Linie ein Wachstum von Ernteerträgen und Umsätzen anstreben, sondern auf **qualitatives Wachstum** setzen, das z.B. auch Verbesserungen bei sozialen Standards, Artenvielfalt, Bodenfruchtbarkeit und anderen ökologischen Faktoren einschließt.

Produkte und Dienstleistungen, die eine maßvolle Nutzung fördern

Die Konzentration auf Bio-Waren beinhaltet den **Verzicht auf chemisch-synthetische Düngemittel- und Pflanzenschutzmittel** in Anbau und Herstellung.

Das Bevorzugen von **Mehrweg-Lösungen** und anderen nachhaltigen Verpackungsalternativen für Produkt- und Transportverpackungen wirkt einer Verschwendung von Rohstoffen entgegen.

Kund:innenkommunikation zur Förderung einer maßvollen Nutzung

Durch Maßnahmen in Kommunikation stärken wir die **Wertschätzung** für Lebensmittel und wirken auf einen sorgsamen Umgang hin, der Verschwendung zu vermeiden.

So geben wir Konsument:innen z.B. möglichst lebendige Einblicke in die Arbeit von Erzeuger:innen und Verarbeiter:innen. Wer weiß, wie oft ein:e Anbauer:in aufs Feld fahren muss, um am Ende zu ernten, wird mit dem Erntegut sorgfältiger umgehen.

Bewusst verzichten wir auf die Belieferung von Ketten oder Discountern des Lebensmittel-Einzelhandels, die mit Parolen wie „Geiz ist geil“ den **Massenkonsum zu Niedrigpreisen** anheizen. Wir beliefern ausschließlich den selbständigen Naturkost-Fachhandel.

Ausdrücklich werben wir für den **Konsum regionaler und saisonaler Produkte**.

GWÖ-Bewertung D3.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Aufbau der Informationskampagne „Grenzenlos Bio“ für mehr Transparenz zu Herkünften und Erzeugungsstrukturen auch im internationalen Handel

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Etablierung konkreter Finanznetzwerke zur Pufferung klimarelevanter Risiken zwischen Erzeuger:innen und Konsument:innen

D3.3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

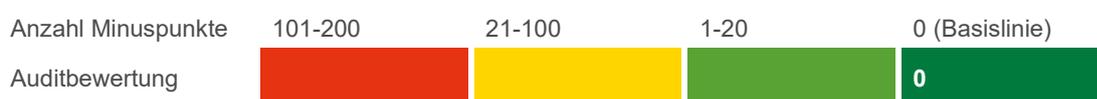
Förderung oder Inkaufnahme einer übermäßigen Nutzung

Eine übermäßige Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen wird weder gefördert noch bewusst in Kauf genommen.

Produkte und Dienstleistungen, die zum Überschreiten der globalen Belastungsgrenzen führen können

Neben den CO₂-Emissionen unseres Fuhrparks, an deren Reduktion wir mit aller Kraft arbeiten, sind uns keine unverhältnismäßigen Auswirkungen bekannt.

GWÖ-Bewertung D3.3



D4.1 Kund:innenmitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Indikatoren: Mitwirken von Kund:innen bei neuen Produkten und Dienstleistungen*

Indikator	2019	2020
Anzahl Produkte oder Dienstleistungen mit sozial ökologischer Verbesserung, die unter Mitwirkung von Kund:innen entstanden sind	25	24

* Hierbei handelt es sich um die WIR.-Produkte und Projekte aus dem Zukunftslabor. Angesichts der hohen Artikelanzahl in einem sich ständig verändernden Sortiment ist die sinnvolle Angabe eines Anteils nicht möglich.

Möglichkeiten der Mitsprache von Kund:innen

Wir laden alle Kund:innen ein, Teil des **BODAN-Partnernetzwerkes** zu werden, das dem Austausch mit einer breitgefächerten Vielfalt von Läden aus unterschiedlichen Regionen dient. Die Mitgliedschaft ist unabhängig von Kennzahlen wie Umsatz oder Ladengröße. Voraussetzung ist lediglich, dass ein wesentlicher Teil der Beschaffung über BODAN erfolgt.

a) Plattformen zur Meinungsbildung und zum Mitwirken bei Entscheidungen

Ergänzend zum Austausch im Geschäftsalltag gibt es im BODAN-Partnernetzwerk zwei Plattformen zur Meinungsbildung und zum Mitwirken bei Entscheidungen: Das einmal im Jahr stattfindende **BODAN Partnerforum** (siehe A4.2) und der **BODAN-Partnerbeirat**.

Der 12-köpfige **BODAN-Partnerbeirat** wird alle zwei Jahre von den BODAN-Partnerläden bestimmt. Neben regelmäßigem informellem Kontakt per Telefon und E-Mail kommt er zirka fünf Mal im Jahr zusammen (während der Corona-Pandemie online). Seine Aufgaben sind:

- » Vertreten der Interessen der BODAN-Partnerläden
- » Besprechen von Anliegen, Anregungen und Wünschen der Partnerläden direkt mit BODAN-Geschäftsleitung und -Vertriebsteam
- » Beratung der BODAN-Geschäftsleitung beim Realisieren von daraus entstehenden Projekten und wesentlichen Handelsinstrumenten

Viel diskutierte Themen im Berichtszeitraum waren z.B. Rückvergütung, Sortimente, Aktionen, Erzeuger-Verbraucher-Kommunikation und Werbemaßnahmen. Über die Ergebnisse der Sitzungen und die Umsetzung angestoßener Projekte informieren die **Protokolle** und die Berichte im BODAN Angebote-Magazin (siehe A4.2).

b) Mitentscheidung über Kalkulationsgrundlagen

Die sortimentspezifische **Kalkulation der unverbindlichen Preisempfehlungen (UVP)** stimmen wir regelmäßig (alle zwei Jahre) mit dem BODAN-Partnerbeirat ab, um unsere Preispolitik bestmöglich an den Bedürfnissen und der wirtschaftlichen Realität der Einzelhändler:innen auszurichten. Nach Möglichkeit werden dabei im direkten Gespräch auch Kalkulationsdaten und -spannen offengelegt. Allerdings sind hier durch die Regelungen des Kartellrechts enge Grenzen gesetzt.

c) Produkte mit deren Kauf Kund:innen Produktionsstrukturen mitgestalten

Mit ihrer Kaufentscheidung für Mehrwert-Produkte, die wir gesondert ausweisen, können Naturkost-Einzelhändler:innen und Verbraucher:innen die Produktionsstrukturen von morgen aktiv mitgestalten. Auf diese Weise können sie z.B. einen wichtigen Beitrag leisten für ökologische Tierzucht oder Bio-Pflanzenzüchtung (siehe D2.1: Bruderhahninitiative, ökologische Tierzucht, Kuh-und-Kalb, Heumilch, bioverita, Sivisio).

d) Mitbestimmung bei der Sortimentsauswahl

Gerne möchten wir unsere Kundschaft künftig stärker bei der Produktauswahl für unser Sortiment mit einbeziehen. 2019 haben wir mit diesem Ziel das Portal „Go-to-Emma“ in Betrieb genommen, das Einblicke in die Produktqualitäten und -Mehrwerte gibt und eine interaktive Abstimmung ermöglicht. Die Möglichkeit wurde allerdings bisher wenig genutzt. In Abstimmung mit unseren Kund:innen möchten wir einen neuen Versuch starten, falls sich die Akzeptanz digitaler Instrumente positiv verändert.

Entwickeln nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen mit Kund:innen

Impulse für das Entwickeln nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen erreichen uns **aus vielen Bezugsgruppen** und auf verschiedenen Wegen. Oft kommen sie z.B. aus den Reihen der Anbaubetriebe, aber auch von unseren Partnerläden und aus unserer breiten Netzwerkarbeit.

Plattformen, die 2019 und 2020 zum Entwickeln neuer Ansätze genutzt wurden, waren z.B.

- » das von BODAN initiierte **Zukunftslabor Fachhandel** (siehe unten) oder
- » die Veranstaltung **„Macher trifft Markt“ auf der BioSüd** (2018, 2019 und 2021), die durch BODAN ermöglicht wurde (Podium auf dem sich Start-Ups Multiplikatoren, etwa aus dem Großhandel, präsentieren konnten. Daraus sind mehrere Lieferant:innenbeziehungen erwachsen, z.B. zu „The Bean Bros“.)

Bei der konkreten Umsetzung beziehen wir unsere Kund:innen mit ein. **Bewertungskriterien** bei der Entscheidung über die Listung oder Weiterentwicklung sind:

- » der Mehrwert für Bioläden und deren Kundschaft und
- » die Umwelteffizienz im realen Einsatz im Vergleich zu Alternativ-Angeboten

Beispiele für Dienstleistungen und Produkte, die wir gemeinsam mit Kunden oder Anbaubetrieben getestet oder neu entwickelt haben:

- » Testen verschiedener Verfahren für die Transportsicherung von Waren auf Rollwägen als Alternative zu Wickelfolie (2017 & 2018).
- » Tomatensaucen aus hofnaher Verarbeitung zum Abfangen von Erntespitzen bei Anbauenden aus dem Netzwerk „WIR. Bio Power Bodensee“ (2019 & 2020)
- » Burger- und Hackfleisch-Patties (TK) zur Verarbeitung von Fleisch aus Milchviehbetrieben (2019 & 2020)
- » Entwickeln von Fleisch-Produkten zur Vermarktung v.a. männlicher Kälber von Demeter-Milchviehbetrieben (in Arbeit, Einführung 2022)

Innovationsplattform „Zukunftslabor Fachhandel“

Mit der Eröffnung des [BODAN-Zukunftslabors](#) in 2019 sind wir einen großen Schritt weiter in Richtung Kund:innen-Mitwirkung gegangen. Gemeinsam mit rund 20 werteorientierten Bio-Hersteller:innen haben wir eine Plattform geschaffen, auf der inhabergeführte Naturkost-

Fachgeschäfte innovative Ideen für die Entwicklung ihrer Laden-Marke zu Pilotprojekten weiterentwickeln und auch gleich umzusetzen können.

Ziele:

- » Den inhabergeführten Naturkost-Fachhandel stärken
- » Innovative Projekte entwickeln und umsetzen, von denen andere Bio-Läden lernen
- » Individuelle Profile der Bioläden in den Vordergrund rücken, da Profilierung mit Labels von Anbauverbänden oder Hersteller-Unternehmen künftig nicht mehr ausreicht
- » Intensiver Dialog und gemeinsame Entwicklungsarbeit mit Bioläden und Hersteller-Unternehmen (in dieser Form einzigartig im deutschsprachigen Raum)

Nutzen für inhabergeführte Bioläden:

- » Coaching und finanzieller Förderung im Gesamtwert von über 50.000 Euro
- » Know-how und Inspiration für die individuelle Weiterentwicklung
- » Direkter Draht zu starken, wertorientierten Herstellern
- » Unmittelbare lebendige Einblicke in die Arbeit und Denkweise von Hersteller-Unternehmen, die Wertevermittlung an die Kundschaft im Laden erleichtern
- » Profitieren von den Erfahrungen anderer engagierter Bioläden, insbesondere im Rahmen des Peergroup-Coachings
- » Bessere Koordination und Nutzen von Synergien in der Beratungsleistung von Hersteller-Unternehmen und Großhandel
- » Öffentlichkeitswirkung der Ladenprojekte

Abbildung 24: Zukunftslabor 2019/2020

(Zwischenbilanz und Zeitplan)



Aufgrund der positiven Resonanz bei Bio-Läden und -Hersteller:innen haben wir die Ausschreibung 2020 wiederholt. Wegen der coronabedingten Einschränkungen und der nur mäßigen Attraktivität von Online-Meetings in diesem Zusammenhang, haben wir die Realisierung 2020 ausgesetzt. Wir planen aber eine Fortführung nach der Pandemie und eine Überführung der Learnings in die Regelleistungen der BODAN Außendienstarbeit.

Ziele von Marktforschung

Marktforschung setzen wir mit dem Ziel ein, unsere Dienstleistungen und Angebote besser auf die Bedürfnisse unserer bestehenden und künftigen Kund:innen auszurichten. Dabei nutzen wir Quellen externer Anbieter:innen wie z.B. Informationen des [Bioladen-Beraters Klaus Braun](#) oder Studienergebnisse von Hochschulen. Neue Möglichkeiten erhoffen wir uns durch die verstärkte Nutzung der Category Management Plattform „Quant“, um einen faktenbasierten Dialog mit den Kund:innen zur Sortimentsentwicklung führen zu können.

GWÖ-Bewertung D4.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Vermarktungsstart von 8 „WIR.“-Produkten
- » Start des BODAN Zukunftslabors

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Ermöglichen von mehr Kund:innen-Mitbestimmung bei der Sortimentsauswahl
- » Fortführen des Zukunftslabors
- » Intensive Nutzung der CM-Plattform „Quant“ zum qualifizierten Sortimentsdialog

D4.2 Produkttransparenz

Indikator: Produkttransparenz

Indikator	2019	2020
Anteil Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)	100 %	100 %
Anteil Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)	0,91 %	0,77 %

* Produkte mit veröffentlichten Preisbestandteilen sind unsere Eier, für die wir Beiträge an die Bruderhahn Initiative Deutschland und die Ökologische Tierzucht gGmbH abführen (siehe unten).

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Als B2B-Unternehmen sehen wir es als unsere Aufgabe, unsere Kund:innen bestmöglich mit Informationen auszustatten, die diese an Endverbraucher:innen weitergeben. Dabei geht es auch darum, Konsumierende in die Lage zu versetzen, **verantwortungsbewusste Kaufentscheidungen** zu ermöglichen, um Produktionsstrukturen aktiv mitzugestalten.

Produktinformationen sind für unsere Kund:innen frei und kostenlos zugänglich. Alle **Inhaltsstoffe** und ökologisch relevanten Informationen werden ausgewiesen. Im Online-Shop haben sie Zugriff auf die Datenplattformen **DATA NatuRe** und **Ecoinform** (siehe A4.2),

welche wir mitgestalten. Hier können Hersteller:innen Angaben zu ihren Produkten hinterlegen, die der Naturkostbranche gebündelt zur Verfügung stehen.

Filterbare Merkmale im Online-Shop sind neben der Hersteller-Firma auch Qualitäts- und Ernährungsaspekte, z.B. Anbauverband oder möglicherweise enthaltene Allergene (siehe Abbildung 25). Zur Kennzeichnung von Gemüse mit den Qualitätszeichen „ProSpecieRara“ und „bioverita“-Gemüsesorten haben wir im Berichtszeitraum zusätzlich Kistenecken und Aufstecker für Preisschilder bereitgestellt.

Abbildung 25: Filterbare Merkmale im Online-Shop

Produktmerkmale	Ernährung	Allergene	Qualität
<input type="checkbox"/> Fachhandel priorisiert	<input type="checkbox"/> Glutenfrei	<input type="checkbox"/> Erdnüsse	<input type="checkbox"/> Biokreis
<input type="checkbox"/> Fairtrade	<input type="checkbox"/> Laktosefrei	<input type="checkbox"/> Gluten	<input type="checkbox"/> Bioland
<input type="checkbox"/> Flugware	<input type="checkbox"/> Milchfrei	<input type="checkbox"/> Hefefrei	<input type="checkbox"/> Demeter (Deutschland)
<input type="checkbox"/> ProSpecieRara	<input type="checkbox"/> Vegan	<input type="checkbox"/> Nüsse, Mandeln	<input type="checkbox"/> EG-Bio
<input type="checkbox"/> Rohkost	<input type="checkbox"/> Vegetarisch		<input type="checkbox"/> G Ä A
<input type="checkbox"/> Samenecht			<input type="checkbox"/> Naturland
<input type="checkbox"/> bioverita			

Bei frischem Obst und Gemüse aus der Region weisen wir den **konkreten Anbaubetrieb** aus.

- » Hof-Kürzel in der Hersteller-Spalte im BODAN Online-Shop
- » Etiketten an den Obst- und Gemüseboxen im Laden
- » Bereitstellung von hofindividuellen Kistenecken mit Hofportraits und Lagekarte

Ausweisen aller Inhaltsstoffe und ökologisch relevanter Informationen

Siehe oben.

Ausweisen von Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette

Ein gutes Beispiel für das klare Zuweisen von Erlösanteilen an Mitwirkende in der Wertschöpfungskette sind die von uns vermarkteten **Eier**: Für Eier, die das Siegel der Bruderhahn Initiative Deutschland tragen, fließen 4 Cent in die Aufzucht und Vermarktung von Bruderhähnen. Darüber hinaus fließt für jedes von BODAN verkaufte Ei (auch für Eier, die nicht aus BID-Betrieben kommen) 1 Cent an die Ökologische Tierzucht (siehe D2.1).

Gerne würden wir Preise für viele weitere Produkte transparent machen. Allerdings sind uns **über das Wettbewerbsrecht enge Grenzen gesetzt**. Deshalb setzen wir uns mit Mitstreitenden am Goetheanum für eine Rechtsanpassung auf europäischer Ebene ein (siehe D2.1).

Ein weiterer **Ansatzpunkt für eine faire Preisbildung** ist die Aufschlagskalkulation bei Produkten mit besonderem Mehrwert. Verteuern sich beispielsweise die Anbaukosten für eine Kiste Salat um 5 Euro, verteuert sich der Preis im Laden oft um ein Mehrfaches, bloß weil die bisherigen Warenwirtschaftssysteme in jeder Handelsstufe traditionell mit prozentualen Aufschlägen rechnen. Höhere Einnahmen für Groß- und Einzelhandel sind aber nur insoweit gerechtfertigt, als aufgrund geringer Mengen die Stückkosten steigen. Mit dem geplanten Update unseres Warenwirtschaftssystems möchten wir die technische Möglichkeit schaffen, Preise auch anders als mit prozentualen Aufschlägen durchzurechnen, sondern den Stücknutzen in den Vordergrund zu stellen.

Negative externe Effekte von Produkten und Dienstleistungen

Mithilfe von EMAS, GWÖ und dem Regionalwert-Bericht verschaffen wir uns einen bestmöglichen Überblick über negative wie positive externe Effekte unserer Produkte und Dienstleistungen und streben eine kontinuierliche Verbesserung unserer öko-sozialen Leistungen an.

Innovationsprojekt „QuartaVista“

Ein **wegweisender Ansatz zur Internalisierung externer Effekte in die Bilanzierung und Unternehmenssteuerung** wurde im Innovationsprojekt [QuartaVista](#) entwickelt, an dem wir als Partner beteiligt waren. Projektziel war die Entwicklung eines neuartigen **Navigations-systems für werteorientierte Unternehmen**, das IT-gestützt visualisiert, wie sich verschiedene Handlungsalternativen auswirken.

Wie der Name schon sagt, hat QuartaVista dabei **vier Dimensionen** im Blick, nämlich die:

- » Ökonomie
- » Ökologie
- » Soziale Strukturen und
- » Den Wissensfundus der Gesellschaft

Während es seit langem üblich ist, die Kontostände im Bereich des Finanziellen im Auge zu haben, um tagesaktuell die Möglichkeiten und Grenzen eines Unternehmens einschätzen zu können, kommen bei QuartaVista auch Konten für die ökologische, soziale und Wissensdimension hinzu, deren Gewinne und Verluste bisher oft höchstens einmal im Jahr in Form einer Öko- oder Sozialbilanz dokumentiert werden. So soll QuartaVista verantwortungsbewusste Entscheidungen begünstigen.

BODAN gehört mit der Bohlsener Mühle, Bingenheimer Saatgut und der Regionalwert AG zu den vier **Experimental-Partnern** von QuartaVista. Die Verantwortung für QuartaVista lag bei **SAP SE** (Konsortialführung und Bereitstellung der IT-Plattform), bei **Cognostics AG** und **Parmenides Stiftung** (Visualisierung) und der **Regionalwert AG**, Freiburg (Expertise „Richtig Rechnen“). Gefördert wurde das Projekt vom **Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)**.

Der Startschuss für die geförderten Experimentierräume fiel im November 2018. Im Berichtszeitraum haben wir – ausgehend von einer Analyse unseres individuellen Geschäftsmodells – Schlüssel-Indikatoren in sechs Themenkomplexen identifiziert, monetarisiert und Grenzwerte für ein zukunftsfähiges Wirtschaften definiert. Unsere Kontenpläne haben wir mittels vierdimensionaler Betrachtung erweitert. Im Rahmen der geplanten Einführung unseres neuen Warenwirtschaftsystems sollen die Projekterkenntnisse direkt im täglichen Geschäft unserer Finanzbuchhaltung Anwendung finden.

GWÖ-Bewertung D4.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Kennzeichnung Gemüse mit den Gütesiegeln „bioverita“ und „ProSpecieRara“ u.a. mithilfe von Labels im Online-Shop, Gemüseboxen-Ecken und Aufsteckern für Preisschilder
- » Beteiligung am Innovationsprojekt QuartaVista

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Mischkalkulation bei Mehrwertprodukten
- » Umsetzung der Erkenntnisse aus QuartaVista: Erweiterung der Finanzbuchhaltung auf vier Dimensionen
- » Parallele Ausweisung einer Stücknutzenkalkulation bei der Erneuerung des Warenwirtschaftssystems in 2022 / 2023

D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

In Produkten enthaltene Schadstoffe für Kund:innen oder die Umwelt

Wir haben keine Ausschlussklauseln für **Alkohol- und Tabakprodukte** oder stark zuckerhaltige Speisen und Getränke (siehe E1.3). Stattdessen setzen wir auf eine **bestmögliche Informationsbreite und -Tiefe**, um unseren Kund:innen eine fundierte Entscheidung zu ermöglichen (siehe auch D4.2).

Wir sind uns außerdem der Belastung bewusst, die **Transport- und Produktverpackungen** für die Umwelt bedeuten und stets bestrebt, diese so weit wie möglich zu verringern (siehe E3.1).

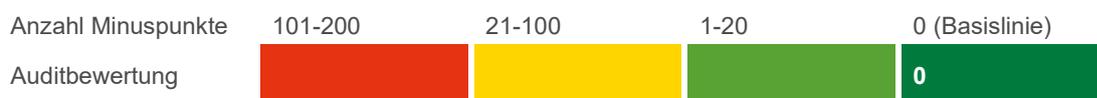
Schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte

Tabak haben wir in 2019 nur noch teilweise geführt und später ausgelistet. Grund hierfür war eine Gesetzesänderung mit einhergehender Richtlinienverschärfung.

Der **übermäßige Verzehr** von Nahrungsbestandteilen wie **Zucker, Fett oder Salz** kann die Gesundheit beeinträchtigen. Durch unsere Mitgliedschaft im BNN setzen wir uns für mehr **Transparenz** ein (z.B. für eine Weiterentwicklung des Nutri-Scores) und für **Bildungsmaßnahmen**, welche die Kompetenz von Ladenpersonal und Konsument:innen für einen mäßigen und gesundheitsbewussten Umgang mit Genussmitteln und zuckerhaltigen Speisen stärken.

Sämtliche Gefahrenstoffe oder Gebrauchsrisiken, die mit unseren Produkten einhergehen, sind öffentlich deklariert.

GWÖ-Bewertung D4.3



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Auslistung von Tabakprodukten (allerdings nicht aus ethischen Gründen)

- » Bildungsangebote im Seminarprogramm von binako (z.B. Zucker und alternative Süßungsmittel, Nahrungsmittelunverträglichkeiten, Sachkundenachweis für freiverkäufliche Arzneimittel, Immunsystem stärken, Milch- und Molkereiprodukte)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Etablierung und Anwendung von Ansätzen zum True-Cost-Accounting und transparente Ausweisung von Ernährungseffekten am Produkt (NutriScore+ und PlanetScore) im Rahmen des BNN

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Indikator: Umsatzanteile von Produkten die einem guten Leben dienen

(jeweiliger Umsatzanteil von Produkten am Gesamtumsatz des Unternehmens)

Indikator	2019	2020
Grundbedürfnisse erfüllend	90 %	90 %
Statusprodukte	10 %	10 %
der Entwicklung der Menschen dienend	90 %	90 %
der Regeneration der Biosphäre dienend	100 %	100 %
der Bewältigung sozialer und ökologischer Herausforderungen lt. UN (SDG) dienend	100 %	100 %
mit mehrfachem Nutzen	100 %	100 %
mit hemmenden oder Pseudonutzen	10 %	10 %
mit Negativnutzen	6,4 %	6,33 %

Grundbedürfnisse (nach Max-Neef), die Produkte und Dienstleistungen erfüllen

Die von uns gehandelten Produkte dienen im Wesentlichen der **Befriedigung von Grundbedürfnissen** des Menschen:

1. **Subsistenz:** In erster Linie dienen unsere Produkte wie Nahrungsmittel, Getränke und Hygieneartikel der Subsistenz.
2. **Schutz:** Durch die Nachfrage nach biologisch erzeugten Produkten und unsere Wirtschaftsweise tragen wir zum Schutz der Umwelt bei. Auch stärken wir regionale, kleinskalierte Strukturen auf Seite der Erzeugung und Vermarktung.
3. **Zuneigung:** Wir pflegen wertschätzende Beziehungen – im Kreis der Kolleg:innen wie auch mit unseren Partner:innen im Wertschöpfungskreislauf.
4. **Verstehen:** Wir vermitteln Wissen über Qualitäten in Anbau und Verarbeitung, machen Zusammenhänge in Wertschöpfungskreisläufen erfahrbar und engagieren uns für die Weiterbildung im Naturkostfachhandel.
5. **Teilhabe:** Selbstständige Naturkost-Läden sind Orte der persönlichen Begegnung und des Austausches.

6. **Müßiggang:** Anders als in Supermärkten, wo an der Kasse alles schnell gehen muss, nehmen sich inhabergeführte Naturkostläden i.d.R. Zeit für ihre Kund:innen.
7. **Kreatives Schaffen:** Wir ermutigen unsere Kund:innen, Leuchtturm-Projekte zur Profilierung ihrer individuellen Laden-Marke zu entwickeln und umzusetzen (siehe D4.1, [Zukunftslabor](#))
8. **Identität:** Wir beliefern und beraten inhabergeführte Naturkostläden, die ihr Sortiment und das gesamte Profil ihres Ladens individuell und eigenverantwortlich gestalten.
9. **Freiheit:** Die von uns belieferten Bioläden, sind frei in der Gestaltung ihrer Sortimente, Verkaufsaktionen und der Ladenkonzeption. Es gibt keine Vorgaben, wie sie etwa bei Ketten oder Franchise-Systemen üblich sind.

Status-/Luxusprodukte, für die es preiswerte, ressourcenschonende Alternativen gibt

Unser Vollsortiment enthält auch Produkte, deren Konsum über die Befriedigung der reinen Grundbedürfnisse hinausgeht. Wir tun dies mit Umsicht und vermarkten solche Produkte nicht offensiv. Folgende Produkte können kritisch bewertet werden. Trotzdem können sie bei maßvollem Genuss und je nach individuellen Vorlieben oder Überzeugungen von Konsument:innen deren Leben bereichern (siehe auch E1.3).

- » Hochpreisige Kosmetik dient eher dem Wohlfühl als einem Grundbedürfnis
- » Alkohol und Tabak haben Suchtpotenzial und können die Gesundheit schädigen
- » Zur Wirkung mancher Kosmetika und Nahrungsergänzungsmittel gibt es unterschiedliche Einschätzungen
- » Zuckerhaltige Speisen sowie Getränke können die Gesundheit schädigen
- » Feinkost dient nicht nur der gesunden Ernährung, sondern dem darüber hinausgehenden Genuss

Nutzen von Produkten und Dienstleistungen für das persönliche Wachstum der Menschen bzw. für die Gesundheit

Durch Bio-Anbau, ökologische Erzeugung und Verarbeitung generieren die von uns gehandelten Produkte **positive externe Effekte** (siehe auch D4.2), die über den reinen Produktnutzen hinausgehen, z.B. weil sie die Umwelt schonen, das Tierwohl fördern, Bodenfruchtbarkeit und Artenvielfalt stärken. Diese positiven Effekte kommen auch nachfolgenden Generationen zugute.

Die **zwölf umsatzstärksten Artikel** des Berichtszeitraums belegen den Stellenwert der Vermarktung von Produkten, die im Hinblick auf den Umgang mit der Natur, unseren Böden und Tieren besonders hohen Qualitätsansprüchen gerecht werden.

Tabelle 15: Die zwölf umsatzstärksten Artikel aus dem BODAN-Sortiment

(9 der 12 Artikel erfüllen Qualitätsstandards, die über den EU-Bio-Standard hinaus gehen)

Artikelnr	Artikelbeschreibung	Bio-Standard	Umsatz 2019	Umsatz 2020
112730	Steinchampignons BIOLAND max. 6cm	Bioland	387.842 €	345.482 €
270050	ESL Alpen-Vollmilch NATURLAND FAIR - Tetrapak	Naturland	321.903 €	350.575 €
270230	Sauerrahmbutter BIOLAND	Bioland	304.924 €	362.002 €
102860	Schlangengurken span. +250g 12St	EU-Bio	240.030 €	408.824 €
273100	Schlagrahm NATURLAND FAIR 32% - Flasche	Naturland	280.609 €	365.693 €
270380	Vollmilch DEMETER Piding - Flasche	Demeter	308.660 €	336.399 €

270270	Allgäuer Bauernbutter Sauerrahm BIOLAND	Bioland	275.349 €	364.731 €
270260	Allgäuer Bauernbutter Süßrahm BIOLAND	Bioland	261.923 €	369.404 €
120360	Paprika rot span. 70-110mm	EU-Bio	215.804 €	384.420 €
182820	Hähnchenbrustfilet 2St	Naturland	234.242 €	324.880 €
137710	Apfel Topaz WIR +60mm	Demeter	283.702 €	237.068 €
142150	Banane grün/gelb dom. Milagros - Farbe 3-4	EU-Bio	203.085 €	316.506 €

Lösung gesellschaftlicher bzw. ökologischer Probleme durch Produkte/ Dienstleistungen

Durch das Vermarkten von Bio-Produkten stärken wir den **Öko-Landbau** und damit einen sorgsamem Umgang mit Böden, Wasser, Artenvielfalt und Natur. Aber wir haben nicht nur die Erzeugung und Verarbeitung der von uns gehandelten Waren im Blick, sondern **betrachten den gesamten Prozess** – von Züchtung und Anbau bis zum Einkaufskorb. Dabei setzen wir auf eine systematische **Optimierung der Transportwege** in der Beschaffung, Auslieferung und Wertstoffrückführung.

In den **Kreislaufwirtschaftsansätzen der Anbauverbände** werden alle Prozessschritte im Ursprung bedacht und sowohl Überproduktion als auch Abfälle weitestgehend vermieden oder sinnvoll dem Kreislauf zugeführt (z.B. durch Kompostierung zum Humusaufbau).

Den **gesellschaftlichen Zusatznutzen**, der durch die positiven externen Effekte entsteht, sehen die Verbraucher:innen den Produkten im Laden nicht direkt an. Darum verwenden wir viel Zeit drauf, **Informationen** über die Produktionsprozesse und Mehrwerte zu **vermitteln**.

Tabelle 16: Produkte und Dienstleistungen mit Mehrwert

(Beitrag zur Lösung oder Milderung gesellschaftlicher bzw. ökologischer Probleme)

Produkt/Dienstleistung	Lösungs-Beitrag
Engagierte Vermarktung von Bio-Lebensmitteln	+ Stärkung einer gesunden Landwirtschaft – für fruchtbare Böden, sauberes Wasser und Artenvielfalt + Sichern von Lebensgrundlagen für künftige Generationen
Unterstützung der Bruderhahn Initiative Deutschland (BID) und engagierte Vermarktung ihrer Produkte	+ bessere Haltungsbedingungen für Hühner + Vermeiden des ethisch inakzeptablen Kückentötens
Unterstützung der Ökologischen Tierzucht	+ Ermöglichen der Züchtung von Zweinutzungshühnern, die in sinnvollem Maß Fleisch ansetzen und Eier legen und mit regionalem Futter auskommen + Vermeiden des ethisch inakzeptablen Kückentötens
Unterstützung kuhgebundener Kälberaufzucht	+ Aufzucht und Säugen von Kälbern durch die Mutter oder eine Ammenkuh + Vermeiden der unethischen Praxis, Kühe und Kälber direkt nach der Geburt voneinander zu trennen
Ausweisen und bevorzugte Vermarktung von samenfesten Gemüsesorten mit den Labels „bioverita“ und „ProSpecieRara“	+ Erhalt der Artenvielfalt + Stärkung der Bio-Pflanzenzüchtung und Saatgutvermehrung in Hoheit der Anbauer:innen + Unabhängigkeit von industriellen Züchtungsstrukturen

Engagierte Vermarktung von Produkten mit dem Label Sivisio	+ Anhebung von Sozialstandards für Anbaubetriebe in Südeuropa + Lückenlose Nachvollziehbarkeit der Wertschöpfungskette vom Acker bis auf den Teller
Engagierte Vermarktung von Produkten mit dem Label der Compost Cooperation	+ Humusaufbau durch Kompostwirtschaft in Spanien
Lieferservice mit zunehmend alternativen Antrieben	+ Beitrag zur Stabilisierung des Klimas + bessere Luft zum Atmen + geringere Lärmbelästigung für Anwohner:innen
Strom und Wärme aus 100% regenerativen Energien bei der Lagerhaltung	+ Schonung von Umwelt und Ressourcen + Aktiver Beitrag zum Klimaschutz
Einsatz innovativer Kältetechnik im Lager	+ Senkung des Ausstoßes ozonschicht-schädigender Gase
Bevorzugter Einsatz von Mehrwegsystemen / Maßnahmen zur Reduktion von Verpackungen	+ Einsparung von Ressourcen + Reduktion von Abfall

GWÖ-Bewertung E1.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Etablierung von Heumilch-Produkten im Rahmen der Eigenmarke „Die Feine Linie“ mit kuhgebundener Kälberaufzucht (Milch, Joghurt, Butter, Quark)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Einführung einer Fleischprodukt-Linie aus Herkünften der muttergebundenen Kälberaufzucht in Kooperation mehrerer Betriebsstufen am Bodensee

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Indikator: Veranstaltungen und Publikationen mit gesellschaftlicher Wirkung

Indikator	2019	2020
Anzahl Publikationen	13	26
Anzahl Seminare und Workshops	32	78
Anzahl Sonstiges	14	14
Anzahl Vorträge	3	3

Anzahl Aktivitäten mit gesellschaftlicher Wirkung im Zusammenhang mit nachhaltigen Entwicklungszielen (SDG)	62	121
Anzahl erreichte Menschen durch Aktivitäten mit gesellschaftlicher Wirkung im Zusammenhang mit nachhaltigen Entwicklungszielen (SDG)*	453	308

* Dieser Indikator bezieht sich auf die WIR.-Veranstaltungen (siehe Tabelle 19) und Betriebsführungen (siehe Tabelle 20). Ab 2020 wurden außerdem die an binako-Webinaren teilnehmenden BODAN-Kund:innen dazu gezählt. Nicht erfasst sind die über Heft-Auflagen und Online-Views erreichten Adressat:innen sowie Teilnehmende der anderen Veranstaltungen mit binako oder sonstigen externen Partner:innen.

Wenn relevant, beschreiben Sie die Aktivitäten, die unter „Sonstiges“ erfasst wurden.

In der Kategorie „Sonstiges“ haben wir unsere YouTube-Videos (siehe C4.3), Betriebsführungen (siehe Tabelle 20) sowie Interviews und Fragebögen für Studienarbeiten (siehe Tabelle 24) erfasst.

Stärken der Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben durch die unternehmerische Tätigkeit

- » **Betrachtung im Wertschöpfungskreislauf.** Wir verstehen uns selbst als Partner, Gestalter und Triebfeder eines Wertschöpfungskreislaufs (siehe Abbildung 1), der von gegenseitiger Wertschätzung geprägt ist. Denn alle Akteur:innen in diesem Kreislauf tragen zur Wertschöpfung bei, entwickeln sich Hand in Hand so dass Zukunftsfähigkeit entsteht.
- » Indem wir für größtmögliche **Transparenz** sorgen, **Wissen um die Produktionsweisen und Werte** der Anbauenden und Herstellenden vermitteln, schaffen wir die Basis für die Wertschätzung ihrer Arbeit durch die Konsumierenden. Die damit einhergehende **Zahlungsbereitschaft** führt zu einem Rückfluss an Geldmitteln, der eine Lebensmittelproduktion nach hohen Bio-Standards möglich macht.
- » Viele inhabergeführte **Bio-Läden** übernehmen als Orte der persönlichen Begegnung und des Informationsaustauschs eine wichtige Funktion in der regionalen Wertschätzungskette. Diese Läden stärken wir, u.a. durch Beratung, Bildungsangebote und Service-Leistungen.
Bio-Läden und Verbraucher:innen eröffnet BODAN Möglichkeiten die **Produktionsstrukturen** der Zukunft **mitzugestalten** (Co-Kreation) – durch verantwortungsbewussten Konsum, Innovationspartnerschaften oder das Entwickeln neuer Kooperations- und Geschäftsmodelle.

Maßnahmen und deren Wirkung auf externe Interessengruppen

Wir informieren Verbraucher:innen und Interessierte aktiv, um das Bewusstsein für den gesellschaftlichen Zusatznutzen der Premium-Bio-Produkte zu stärken. Eine Übersicht über unsere externen Bezugsgruppen mit ihren Erfordernissen und Erwartungen ist in Tabelle 17 zu sehen.

Tabelle 17: Externe Bezugsgruppen mit ihren Erfordernissen und Erwartungen

Interessierte Bezugsgruppen	Erfordernisse und Erwartungen
Liefer-Betriebe	Einhaltung des Qualitätsstandards; hoher Vermarktungsgrad; Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation zu Produkten und Nachhaltigkeit
Bioläden	Hohe Produktqualität; nachhaltige Produktion; hohe Produktverfügbarkeit; Transparenz; Einhaltung der Rechtskonformität
Verbraucher:innen	Einhaltung der Qualität und Rechtskonformität; Reduzierung von Umweltbelastung (z.B. Verpackungsmüll); Transparenz, Versorgungssicherheit, Einhaltung von Menschenrechten und Tierwohl
Anwohner:innen	Anwohner:innen im Anliefergebiet: ruhige, störfreie Anlieferung; geringe Emissionen (Abgase, Lärm)
Region und Gemeinde	Unterstützung der Marktstrukturen; Sicherung einer Versorgung mit gesunden Lebensmitteln, Stärkung krisenfester regionaler Strukturen
Netzwerke & Beteiligungen	Unterstützung durch verlässliche Handelsbeziehungen, finanzielle Förderung und Öffentlichkeitsarbeit

Tabelle 18: Kommunikationsmaßnahmen, erreichte Interessengruppen und Wirkung

Maßnahmen	Erreichte Interessengruppen	Wirkung
WIR. Materialien und Veranstaltungen <ul style="list-style-type: none"> - WIR. Website mit Hofportraits, Veranstaltungshinweisen und Rezepten - WIR. Postkarten mit Hofportraits, landwirtschaftl. Erzeugnissen und Rezepten - WIR. Themenexkursionen auf Bio-Höfen - WIR. Kinoabende mit Gesprächsrunden 	<ul style="list-style-type: none"> - Bio-Läden und ihre Mitarbeitenden - Kund:innen von Bio-Läden - Bürger:innen aus der Region - BODAN-Mitarbeitende 	<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnis über die Herkunft der Produkte - Verständnis regionaler Zusammenhänge und Wertschöpfungskreisläufe - Verständnis für Herausforderungen der Anbauer - Erkennen der Mehr-Leistungen der Bio-Erzeugenden über die reine Produktion hinaus - Positiver Einfluss auf die Zahlungsbereitschaft für nachhaltig erzeugte Waren.
Kostenfreie Betriebsführungen <ul style="list-style-type: none"> - BODAN-Mitarbeitende geben Einblicke in Betriebsabläufe und -gelände sowie in die Firmenphilosophie und GWÖ-Entwicklung 	<ul style="list-style-type: none"> - Kund:innen, Lieferant:innen - Schüler:innen, Studierende - Interessierte aus Unternehmen, Verbänden, Vereinen, Politik, Verwaltung und Bürgerschaft 	<ul style="list-style-type: none"> - ungefilterte Einblicke in Betriebsgelände, Technologien, Prozesse und Arbeitsweisen - Verständnis für die Zusammenhänge in der Wertschöpfungskette - Orientierung für die berufliche Entwicklung
Seminare <ul style="list-style-type: none"> - im Rahmen des Bildungsnetzwerks Naturkost (binako), stattfindend bei BODAN oder mit BODAN-Beteiligung 	<ul style="list-style-type: none"> - Bioläden und ihre Mitarbeitenden 	<ul style="list-style-type: none"> - Fachkenntnis zu Herstellung, Qualitäten und Vermarktung von Bio-Lebensmitteln

<p>Angebote Magazin (ehemals „Angebot der Woche“)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zweiwöchentliches Heft mit aktuellen Produkt-Angeboten und ergänzenden Hintergrund-Informationen 	<ul style="list-style-type: none"> - Bioläden und ihre Mitarbeitenden - Gäste des Hauses (offene Auslage) 	<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnis über Zusammenhänge und Entwicklungen in der Branche - Produktinfos und Neuheiten
<p>Hersteller-Newsletter (HTML-E-Mail)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ca. halbjährlich versandter Newsletter, mit kurzen Teaser-Texten, die auf ausführliche Infos auf der Website verweisen <p>Anzahl:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2020: 1 	<ul style="list-style-type: none"> - Anbauende - Herstellende 	<ul style="list-style-type: none"> - News zu Personalien u.a. Entwicklungen im Unternehmen - Informationen zu Unternehmens-Kooperationen - Informationen zu listungsrelevanten Kriterien (z.B. Qualitätsanforderungen)
<p>Kostenfreie Abgabe von Kund:innen- und Verbands-Zeitschriften an Bioläden</p> <p>Titel: BioHandel, Schrot & Korn, Demeter-Journal, Bioboom, Magazin des Bodenfruchtbarkeitsfonds</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bioläden und ihre Mitarbeitenden - Bioladen-Kund:innen - Besucher:innen des Hauses (offene Auslage) 	<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnis über Zusammenhänge und Entwicklungen in der Branche - Verständnis über Herkunft der Lebensmittel
<p>BODAN-Website und -Facebook-Site</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mit Informationen zu aktuellen Entwicklungen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bioläden - Anbauer:innen und Hersteller:innen - Konsument:innen - die Öffentlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnis über Zusammenhänge und Entwicklungen in der Branche - Verlinkung relevanter und interessanter Inhalte
<p>YouTube-Kanal (seit 2020)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mit Videos der BODAN-Filmcrew und externen Video-Links 	<ul style="list-style-type: none"> - Bioläden - Anbauer:innen und Hersteller:innen - Konsument:innen - die Öffentlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnis über Zusammenhänge und Entwicklungen in der Branche - Verlinkung relevanter und interessanter Inhalte
<p>Presseinformationen</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2019: 7 - 2020: 4 <p>Themen: Naturkost Freiburg, Wort-Menü, Partnerforum, Ausschreibung Zukunftslabor, Hausmesse, Gewinner Zukunftslabor, Partnerforum, Vielfalt Schmeckt, Zukunftslabor Ausschreibung</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hersteller:innen, Bioläden und Endverbraucher:innen - Bürger:innen in der Region - Vertreter:innen der Biobranche (Verbände und andere Unternehmen) 	<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnis über Zusammenhänge und Entwicklungen in der Branche - Information über Innovationen und Pilotprojekte bei BODAN

WIR. Themenexkursionen und Hoferlebnisse

Das **Netzwerk „WIR. Bio Power Bodensee“** ist ein Beispiel dafür, wie der BODAN-Werte-Fluss Realität wird. „WIR. Bio Power Bodensee“ verbindet Erzeuger, Großhandel, Naturkost-Händler und Konsumenten. Durch persönlichen Austausch und interaktive Hoferlebnisse macht das Netzwerk Zusammenhänge in der Wertschöpfungskette erfahrbar – mit jeder Menge Lust am Genuss.

Die Teilnehmenden der regelmäßig stattfindenden, kostenfreien WIR. Exkursionen können Bio-Landwirtschaft mit allen Sinnen erfahren, Pflanzen in verschiedensten Stadien beim

Wachsen zuschauen, am Erfahrungsschatz der Landwirte teilhaben und live erleben, welchen Herausforderungen sie sich stellen. Dabei gibt es immer auch Gelegenheit, selbst Hand anzulegen oder von besonderen Produkten zu kosten.

„Dem Kunden, der im Bioladen Obst und Gemüse in seinen Einkaufskorb legt, ist oft gar nicht bewusst, welche Raritäten in seiner Region gedeihen und welche Charakterköpfe und besonderen Geschichten hinter den frischen Feldfrüchten stecken“, sagt Markus Knösel vom Bündnis für biologisch-dynamische Arbeit am Bodensee, welches das Netzwerk WIR. Bio Power Bodensee gemeinsam mit BODAN ins Leben gerufen hat.

„Wir wollen die Verbraucher:innen dazu inspirieren, die Wirtschaftsstruktur in der Bodensee-region durch ihre Einkaufsentscheidungen bewusst mitzugestalten und sich als Partner der Obst- und Gemüseerzeuger einzubringen“, sagt BODAN-Geschäftsführer Sascha Damaschun. Hofportraits zu allen Bio-Gärtnern und -Landwirten des Netzwerks WIR. Bio Power Bodensee und eine interaktive Bioladen-Landkarte findet sich unter www.wir-bodensee.bio.

Tabelle 19: Veranstaltungen des Netzwerks WIR. Bio Power Bodensee

Thema	Ort	Termin (Mo-nat/Jahr)	Personen-zahl
Kartoffelvielfalt & kleines Sensorik-Seminar	Hof Höllwangen	02/2019	23
WIR. Wortmenue – Inszenierte kulinarische Lesung mit Bio-Anbauenden und Köchen aus der Region	BODAN	04/2019	180
WIR. Schnibbel-Party mit Frühlingskräutern	Stand auf dem Bauernmarkt Überlingen	04/2019	offen
Vielfalt im Gewächshaus	Gärtnerei am Rösslerhof	06/2019	32
Ein ganzes Möhrenleben	Helchenhof	09/2019	12
Zweinutzungshühner: Tierische Multitalente – Farm-to-table mit Hofgenuss	Hofgut Rengoldshausen	10/2019	15
Kino-Abend mit Diskussion: Unser Erbe	Kino Überlingen	01/2020	100
Zweinutzungshühner: Seminar mit Koch-Workshop für Bio-Läden und Köch:innen	Hofgut Rengoldshausen	02/2020	100
WIR. Bio Power Bodensee	Bio-Markt Konstanz	10/2020	offen
„Geflügelte Multitalente“: Exkursion mit Landmenü	Hofgut Rengoldshausen und Landgasthof Keller	Mehrfach geplant	abgesagt wg. Corona

Abbildung 26: Unterwegs auf den Höfen des WIR. Netzwerks
Mit BODAN- und Bioladen-Mitarbeitenden und deren Kund:innen



BODAN-Betriebsführungen

Interessierten Gruppen bieten wir kostenlose, 1-2-stündige Betriebsführungen an. Dabei bekommen sie einen ungefilterten Einblick in unser Betriebsgelände, Technologien, Prozesse und Arbeitsweisen.

Tabelle 20: Betriebsführungen bei BODAN in 2019 und 2020

Termin (Datum, Uhrzeit)	Interessensgruppe	Personenzahl
13.02.2019, 14-16 Uhr	Obstbau Johannes Bentele	19
14.03.2019, 14-15 Uhr	Studierende der Alanus-Hochschule	30
28.03.2019, 16:30-17:30 Uhr	Seminararbeit Klosterschule Wald	2
08.04.2019, 9:30-11 Uhr	Camphillschule Föhrenbühl	14
14.05.2019, 10:45-12:15 Uhr	China Design Center, Thema: Umweltschutz beim Bau gewerblicher Objekte und Übertragbarkeit für China	25
20.05.2019, 14-16 Uhr	Pestalozzi Kinderdorf, Stockach-Wahlwies	10
03.07.2019, 10-11:30 Uhr	Constantin-Vanotti-Schule	20
18.07.2019, 10-11 Uhr	Biomarkt „Göpi“	4
17.10.2019, 10:45-12:15 Uhr	Bioland-Gruppe Isny	25
06.11.2019, 15-17 Uhr	Freie Landbauschule Bodensee	20
28.11.2019, 16-17:30 Uhr	Investment Club OptiX	22
16.01.2020, 14-15:30 Uhr	Landfrauen Überlingen	20
19.02.2020, 14-14:30 Uhr	Seminar-Teilnehmende des Bildungsnetzwerk Naturkost (binako)	12

Tabelle 21: binako-Veranstaltungen

Seit 2020 wird bei Webinaren die Anzahl teilnehmender BODAN-Kund:innen erfasst

Jahr	Veranstaltungen	Anzahl Teilnehmende
2019	4 Seminare bei BODAN 22 Webinare	
2020	5 Seminare bei BODAN 70 Webinare	76 teilnehmende BODAN-Kund:innen

Tabelle 22: Know-how-Transfer: Vorträge und Präsentationen

Termin	Rahmenveranstaltung	Referent:in und Beitrags-/Vortragstitel
26./27.01.2019	Bündnis biodynamischer Anbau Bodensee: Lichtmesstagung	Sascha Damaschun: „Wertschöpfungsketten zu -kreisläufen gestalten in der Region
22.10.2019	IHK-Ausbilderforum	Jan Pfäffle: Erfolgreich führen – Ziele erreichen mit Auszubildenden
14.- 16.11.2019	Wirtschaftskreis: Assoziatives Wirtschaften Vom Boden auf den Teller	Sascha Damaschun: WIR. Bio Power Bodensee
04.01.2020	NABU/BUND: Naturschutztage Radolfzell	Sascha Damaschun: Öko statt Ego – wie können Handelsstrukturen und Verbraucher:innen-Verhalten eine vielfältige Landwirtschaft fördern?
28.09.2020	Umweltgutachter-Ausschuss / 25 Jahre EMAS: „Einzelhandel – Vorreiter oder Nachsitzer bei Klima- und Umweltschutz?“	Jasmin Meyer: „Logistik und Klimaschutz Hand in Hand
08.10.2020	Bundesvereinigung Logistik (BVL)	Jan Pfäffle: Bio Lebensmittel digital bewegen

Tabelle 23: Interviews, Hintergrundgespräche und Beiträge für Medien

Termin	Medium Format	Interviewte Person bzw. Verfasser und Thema bzw. Fragen
01/2019	BIOWelt Hintergrundgespräch	Silva Schleider Wo kommt die Bio-Ware im LEH her? Welche Waren transportiert BODAN
03/2019	BioHandel Interview/Statements für Titelthema	Sascha Damaschun Bio von Anfang an: Öko-Züchtung im Handel schafft Profil für Pioniere
03/2019	Südlurier Statements für Artikel	Sascha Damaschun Wort Menue Entrée 2019: Feldfrüchte vom See
05/2019	Regionalwert AG Steckbrief Partner-Betriebe	Kurzprofil BODAN
07/2019	Lebendige Erde Info-Zusammenstellung	Sascha Damaschun/Silva Schleider Regionaler Großhandel für Naturkost in Deutschland
11/2019	BIOWelt Info-Zusammenstellung	Silva Schleider Bio-Großhandel in Deutschland, Infos zu BODAN

01/2020	Schrot & Korn Info-Zusammenstellung + Interview für Artikel	Steffen Wolf Nachhaltige Logistik
02/2020	Öko statt Ego Story	Sascha Damaschun: Über Pilze aus Bodman, Paprika und Kompostierung in Andalusien
02/2020	Öko statt Ego 3 Fragen an	Sascha Damaschun
03/2020	BioHandel Interview für Artikel	Sascha Damaschun Lebensmittelversorgung in der Corona-Krise
03/2020	BIOwelt Interview für Artikel	Sascha Damaschun u.a. Zukunftslabor: Vom Labor zum Leuchtturm
03/2020	Südkurier Interview für Artikel	Sascha Damaschun Hamsterkäufe und Lebensmittelversorgung in der Corona-Krise in der Region
03/2020	BioHandel Interview für Artikel	Sascha Damaschun Auswirkungen von Corona auf die Bio-Branche
04/2020	BioHandel Interview für Artikel	Sascha Damaschun Corona-Maßnahmen in der Bio-Branche
04/2020	BIOwelt Interview für Artikel	Sascha Damaschun Versorgungs-/Transportengpässe und der Umgang mit Mangel in der Corona-Krise
04/2020	Kistengeflüster Kurzvorstellung BODAN	Silva Schleider Kurzvorstellung BODAN als Fördermitglied der Ökokiste
06/2020	Die Welle Artikel	Silva Schleider Bio von Anfang an – für Vielfalt der Feldfrüchte und Unabhängigkeit des Ökolandbaus
07/2020	IHK Klimaschutz-Broschüre Info-Zusammenstellung	Silva Scheider Kurzvorstellung Mobilitätskonzept BODAN
08/2020	BioHandel Interview für Artikel	Iris Koch Neue Produkt-Trends infolge der Corona-Krise
08/2020	BIOwelt Statements für Artikel	Sascha Damaschun Wein in Mehrweg-Gebinden
08/2020	SAP Film + Audio-Podcast Interview	Sascha Damaschun Ziele und Chancen des Projekts QuartaVista
10/2020	Lebendige Erde Artikel	Silva Schleider WIR. Bio power Bodensee und hofnah verarbeitete Produkte
11/2020	BioHandel Interview	Sascha Damaschun Biomasse goes „digital“
11/2020	Nachhaltig leben Titelthema	Silva Schleider Vielfalt der Zukunft
11/2020	Schwäbische Zeitung Interview für Artikel	Sascha Damaschun QuartaVista

11/2020	ProSpecieRara Sorten-Reich Interview	Annika Woltjen Vielfalt Schmeckt und die Vermarktung alter Sorten bei BODAN
12/2020	Plattform nachhaltige Produktion BW Info-Zusammenstellung	Silva Schleider / Jasmin Mayer Nachhaltige Lieferkette + Nachhaltiger Einkauf bei BODAN

Tabelle 24: Interviews und Fragebögen für Studienarbeiten

Termin	Studienphase und (Hoch-) Schule	Verfasser:in und Thema
03/2019	Masterarbeit	Alena Barnes: Das Potential der Gemeinwohl-Ökonomie als CSR-Instrument im Marketing 3.0
07-09/2019	Bachelorarbeit (DHBW Mosbach)	Mirjam Mayer: Vom Informationsangebot zur nutzerfreundlichen Website von Bodan Großhandel für Naturkost GmbH durch Einbeziehung der Nutzer
11/2019	Masterarbeit HfWU Nürtingen	Saskia Kögler: Nachhaltigkeitsbericht orientiert an der Gemeinwohlbilanz
01/2020	Seminararbeit Klasse 11 Schule Kloster Wald	Cristina Dietz und Carola Kaut: Nachhaltigkeit mit besonderem Fokus auf Vermarktung
06/2020	Seminararbeit Berufsschulzentrum Stockack	Maja Zähringer: Die Bedeutung der Vermarktung regionaler Produkte
07/2020	Seminararbeit	J. Neumann: Bio-Lebensmittel: Trends, Lieferwege, Marktentwicklung

GWÖ-Bewertung E1.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Einrichtung eines YouTube-Kanals mit selbstgedrehten Videos
- » Beantworten zahlreicher Anfragen/Fragen von Medien, Studierenden und Schüler:innen
- » Zahlreiche Exkursionen und Veranstaltungen

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Koordinierter und vernetzter Ausbau der Social Media Aktivitäten des Unternehmens

E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Indikator: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Indikator	2019	2020
Anteil Alkohol, Drogen, Tabak und Rauchwaren an Gesamtumsatz	2,76 %	2,84 %
Anteil Personen- und Frachttransport auf dem Luftweg an Gesamtumsatz	0,25 %	0,22 %
Anteil Speisen und Getränke mit hohem Zuckeranteil an Gesamtumsatz	3,64 %	3,49 %
Summe Anteil menschenunwürdiger Produkte und Dienstleistungen an Gesamtumsatz	6,66 %	6,55 %

Negative Auswirkungen der Produkte/Dienstleistungen auf Lebewesen

Als Vollsortimenter handeln wir auch mit **Alkoholika, Tabakwaren** (bis 2019, siehe E1.1) sowie mit Speisen und Getränken mit hohem **Zuckeranteil**. Was letztere angeht, verfolgen wir interessiert die [branchenweite Diskussion über den Nutri-Score](#) und werden je nach Ausgang entsprechende Maßnahmen bei uns umsetzen.

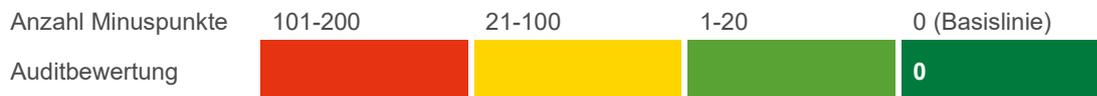
Um die Nachfrage unserer Kund:innen zu bedienen, handeln wir auch mit **Flugware**. Diese ist im Shop klar gekennzeichnet, um Transparenz zu schaffen und eine verantwortungsbewusste Entscheidung unserer Kund:innen zu ermöglichen (siehe D4.2). Auf Wunsch unserer Kund:innen, die Mitglied bei [Ökokiste e.V.](#) sind und dezidiert auf Flugware verzichten, bieten wir **Zertifikate für einen Flugwaren-freien Einkauf** an. Gerne möchten wir in Zukunft auch bei unseren anderen Kund:innen verstärkt auf eine Bewusstseinsbildung hinwirken, um das Handelsvolumen mit Flugware zu verringern.

Was **Kinderarbeit und eklatante Verstöße gegen die Menschenrechte** angeht, so schätzen wir die Risiken aufgrund unserer Produktauswahl und unserer Bemühungen als gering ein, können jedoch entsprechende Verfehlungen in unserer Zulieferkette nicht zu 100% sicher ausschließen. Entsprechende Maßnahmen für mehr Transparenz sind bereits in Arbeit (siehe A1.1 und A1.2).

Auswirkungen auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre

Alkohol, Tabakwaren sowie Speisen und Getränke mit hohem Zuckeranteil können sich negativ auf die Gesundheit der Menschen auswirken. Flugware trägt durch erhöhte CO₂-Emissionen beim Warentransport zum Fortschreiten des Klimawandels bei. Kinderarbeit und Menschenrechtsverstöße – die wir nicht zu 100% ausschließen können – beeinträchtigen die Bildungschancen und Freiheit von Menschen insbesondere in BSCI-Risikoländern.

GWÖ-Bewertung E1.3



Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » BNN-Diskussion um Nutri-Score: Maßnahmen im Umgang mit stark zuckerhaltigen Speisen und Getränken
- » Stärkere Bewusstseinsbildung beim Thema Flugware
- » Bessere Transparenz bzgl. Sozialstandards in BSCI-Risikoländern, Start eines Pilotprojekts im Sortimentsbereich „Kaffee & Kakao“

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Indikator: Steuern und Sozialabgaben

Indikator	2019	2020
Gesamtumsatz	80.532.241,37 €	96.599.587,67 €
Nettoabgaben	3.459.229,5 €	3.686.788,06 €
Nettoabgabenquote	25 %	23 %

Direkter materieller Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens

2019 und 2020 haben wir zur Sicherung des Gemeinwesens folgende Steuern abgeführt:

- » 323.698,59 Euro Körperschaftssteuer,
- » 21.970,08 Euro Einkommenssteuer
- » 33.652,94 Euro andere lohnabhängige Steuern

- » 2.505.132,49 Euro Arbeitgeberbeiträge zur Sozialversicherung

Erhaltene direkte materielle Unterstützungen durch das Gemeinwesen

Im Berichtszeitraum haben wir die folgenden materiellen Unterstützungen in Form von unternehmensbezogenen Subventionen und Förderungen erhalten:

- » 65.854,13 Euro vom Bundesamt für Güterverkehr für unseren Fuhrpark (siehe B3.1)
- » 3.000,00 Euro Umweltbonus für die Anschaffung eines E-Autos (siehe B3.1)
- » 7.425,50 Euro von der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung für das Projekt „Vielfalt Schmeckt“ zur Vermarktung alter, vom Aussterben bedrohter Gemüsesorten unter dem „ProSpecieRara“-Label (siehe D2.1)
- » 18.619,05 Euro von der Bundesagentur für Arbeit für Wiedereingliederungsmaßnahmen
- » 40.606,88 Euro für das Innovationsprojekt QuartaVista (siehe D4.2)

Indirekter materieller Beitrag durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben

Einen indirekten materiellen Beitrag haben wir in den Jahren 2019 und 2020 durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und damit verbundenen Steuern und Abgaben in Höhe von

- » 1.536.498,64 Euro Lohnsteuer sowie
- » 2.725.064,82 Euro Sozialversicherungsbeiträge der unselbstständigen Beschäftigten

GWÖ-Bewertung E2.1



E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Indikator: Investitionen ins Gemeinwesen und Freiwilligenarbeit

Indikator	2019	2020
Anteil Investitionen in das Gemeinwesen an Gesamtumsatz	0,01 %	0,001 %

Geld, Ressourcen und Arbeitsleistung für freiwilliges gesellschaftliches Engagement

Tabelle 25: Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens – Spenden

Spenden	2019	2020
Katzenpenschiefer NV Deisendorf	50,00 €	51,11 €
NV Nesselwangen Bibisschieber	30,00 €	-

TV89 Zuffenhausen e.V. Basketball	-	500,00 €
Freie Waldorfschule Rengo Wort Menue	300,00 €	-
Ware Medical Volunteers (Windeln)	1.820,00 €	-
Summe Spenden	2.200,00 €	551,11 €

Tabelle 26: Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens – Sponsoring

Sponsoring	2019	2020
TV Überlingen	94,05 €	-
Freie Landbauschule	141,60 €	-
Constantin-Vanotti-Schule	-	140,21 €
Waldorfschule Überlingen	834,19 €	-
Demokratische Stimme der Jugend Sponsoring Ware	-	395,36 €
Schöne Dinge am See	369,50 €	-
Berufsmesse Azubi	13,92 €	-
Aktion Paul Grünvogel	120,71 €	-
Tour de Lauro	355,92 €	-
Mitmachen Ehrensache Realschule Salem	25,00 €	-
Tafel Überlingen	134,10 €	-
Summe Sponsoring	2.088,99 €	535,57 €

Bewertung des Eigennutzens dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftl. Nutzen

Durch die in Tabelle 25 und Tabelle 26 **genannten Aktivitäten** wird unser Bekanntheitsgrad gefördert. Als Unternehmen, das im B2B-Bereich tätig ist, profitieren wir jedoch kaum von einer Wahrnehmung durch Endkund:innen.

Anders ist dies bei Spenden, Sponsorings, Mitgliedschaften und **Patenschaften für landwirtschaftliche Zwecke**. Auch hiermit stärken wir ein funktionierendes Gemeinwesen und ermöglichen wichtige Grundlagenarbeit. Da dies neben dem Ökolandbau im Allgemeinen auch uns als Unternehmen zugutekommt, haben wir sie im vorliegenden Bericht den Zukunftsausgaben zugeordnet (siehe B2.1). Wir fördern gesellschaftlichen Impact solcher Initiativen durch unsere Kommunikationskanäle.

Bewirkte, nachhaltige Veränderungen

Mit unseren freiwilligen Aktivitäten tragen wir insbesondere im landwirtschaftlichen Bereich (siehe B2.1, Zukunftsausgaben) zu einem nachhaltigen Wandel der Ernährungswirtschaft bei. In welchem Maß der Wandel am Ende gelingen wird, das wird die Zeit zeigen und ist auch von anderen Einflussfaktoren abhängig.

Die bisherigen Entwicklungen stimmen uns diesbezüglich zuversichtlich: In den letzten 20 Jahren hat die ökologisch bewirtschaftete Anbaufläche in Deutschland und weltweit deutlich zugenommen, sodass weniger Flächen mit Gift behandelt werden. In unserer Region ist

dabei die Dichte an Demeter-Höfen besonders hoch. Von uns mitgestaltete Initiativen wie die Bruderhahn Initiative Deutschland sind inzwischen in der Mitte der Gesellschaft angekommen und werden auch von großen Supermarkt-Ketten übernommen.

Verankerung der Themen im Unternehmen und Stabilität des Engagements

Die genannten Themen sind Bestandteil unserer Unternehmens-DNA und wurden bereits in der Gründungs-Satzung von 1987 verankert (siehe C3.3). Damit sind sie relevant für die langfristige strategische Ausrichtung und werden regelmäßig revalidiert.

Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement

Den Schwerpunkt unseres ehrenamtlichen Engagements legen wir auf Projekte, die eine nachhaltige Landwirtschaft und Lebensmittelerzeugung fördern, die nachhaltige Regionalentwicklung und dazu nötige Bildung und Informationsvermittlung.

GWÖ-Bewertung E2.2



Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Stärkere Vernetzung mit soziokulturellen Initiativen in der Region Bodensee

E2.3 Negativaspekt: Illegitime Steuervermeidung

Risiken für illegitime Steuervermeidung

Als GWÖ-Unternehmen betrachten wir die Steuerzahlung als Beitrag zum Gemeinwohl. Das Senken oder Vermeiden von Steuerzahlungen ist keine Motivation für unser unternehmerisches Handeln.

Internationales Verschieben von Gewinnen

Wir verschieben keine Gewinne zwischen Ländern. Unsere gesamte Geschäftstätigkeit läuft über unseren Firmensitz in Überlingen.

Zahlen von Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern

Immaterielle Leistungen fallen zwar in geringem Umfang an, stehen aber in direktem Zusammenhang mit unserer Geschäftstätigkeit (z.B. Software-Lizenzen).

Geschäftspartner:innen in sogenannten Steueroasen

Bei 12.000 täglich lieferbaren Artikeln ist nicht auszuschließen, dass einzelne an der Produktion Beteiligte aus sogenannten Steueroasen stammen. Falls dies einmal der Fall sein sollte, begünstigt es nicht die Aufnahme von Geschäftsbeziehungen.

Risiko für undokumentierte Finanztransaktionen

Siehe E2.4.

Offene Deklaration aller wirtschaftlich Begünstigten

Die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner:innen sind offen deklariert.

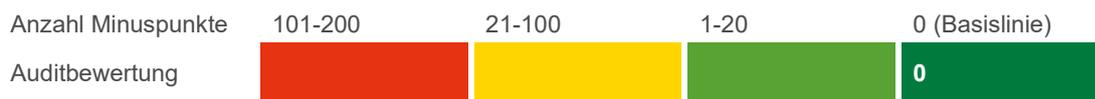
Transparenz internationaler Finanztransaktionen

Unsere Geschäftspartner:innen im Ausland erhalten Zahlungen ausschließlich für Waren und Dienstleistungen.

Maßnahmen zur Risikobekämpfung

Wir haben in 2019 einen Compliance-Prozess aufgesetzt, in dem wir unsere Geschäftsprozesse hinsichtlich der Compliance überprüfen und wo nötig korrigierende Maßnahmen einleiten wollen (siehe auch E2.4).

GWÖ-Bewertung E2.3



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Beginn eines Compliance-Prozesses

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Umsetzung von Compliance-Maßnahmen

E2.4 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Indikator: Politische Zuwendungen und Ausgaben für Lobbying

Indikator	2019	2020
Politische Geldzuwendungen	3.500 €	2.000 €
Ausgaben für Lobbying	7.000 €	7.000 €

Offenlegen von Parteispenden

Unsere Parteispenden sind im vorliegenden GWÖ-Bericht vollständig angegeben (siehe Folgeabsatz). Angesichts der geringen Geldsummen erfolgt keine uns bekannte Offenlegung seitens der begünstigten Parteien.

Spenden an politische Parteien?

Hin und wieder unterstützen wir mit geringen Geldsummen Aktivitäten der Partei „Bündnis 90/Die Grünen“. Im Berichtszeitraum war dies nicht der Fall – wohl aber haben wir das Baden-Württembergische Volksbegehren für Artenvielfalt mit insgesamt 5.500 Euro unterstützt.

Lobbyingaktivitäten

Wir betreiben ausschließlich Responsible Lobbying im Rahmen unseres Engagements beim Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN), bei Demeter und am Goetheanum (siehe D2.1). Etwa 7.000 Euro unserer BNN-Beiträge werden für diesen Zweck verwendet (siehe Tabelle 8).

Offenlegen von Lobbying-Aktivitäten und -Aufwendungen

Außer in diesem GWÖ-Bericht (siehe auch D2.1) erfolgt keine Offenlegung unserer Lobbying-Aktivitäten.

Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke

Angesichts vieler Spenden- und Sponsoring-Anfragen haben wir vor einigen Jahren entschieden uns bei der **Förderung zu fokussieren** auf

- » nachhaltige Landwirtschaft und Lebensmittelerzeugung,
- » eine engagierte Vermarktung oder Nutzung ökologisch erzeugter Produkte und
- » eine nachhaltige Regionalentwicklung mit lebendigen Wirtschaftskreisläufen.

Darunter fallen u.a. Initiativen für ökologische Züchtung und Saatgutvermehrung, für mehr Tierwohl und regionale Kulturprojekte oder auch Bildungs- und Informationsangebote (siehe auch E2.2). Ein Dokument mit detaillierten, bindenden Vorgaben existiert aktuell nicht.

Aufforderung zum Anzeigen von Korruption und Schutz von Whistleblowern

Außer der im Haus gelebten Transparenz und Politik der offenen Türen gibt es hierzu keine konkreten Maßnahmen.

Korruptionsrisiken mit Blick auf Lieferant:innen und Kund:innen

In folgenden Bereichen besteht grundsätzlich ein Korruptionsrisiko:

- » Einkauf von Handelswaren: bevorzugte Listung, Mehreinkauf, höhere Abnahmepreise
- » Bevorteilung von Kund:innen, z.B. unberechtigte Gutschriften
- » Auftragsvergabe an Dienstleistungsbetriebe
- » Buchhaltung und Personalabteilung
- » Darlehensvergabe
- » Geschenke an Mitarbeitende

Maßnahmen zum Verhindern von Korruption in den Bereichen Einkauf und Verkauf

Vertrauensvolle persönliche Beziehungen und eine offene Kommunikation kennzeichnen unsere Geschäftsbeziehungen. Da unser Unternehmen – wie die gesamte Bio-Branche – in den letzten 20 Jahren relativ schnell gewachsen ist, gibt es aber noch Nachholbedarf beim expliziten Formulieren und Dokumentieren von Compliance-Regeln. Im Berichtszeitraum haben wir deshalb mit unserem Rechtsanwalt eine **SWOT-Analyse** durchgeführt und Themenfelder mit Handlungsbedarf identifiziert. Die folgenden Maßnahmen planen wir u.a. im nächsten Berichtszeitraum umzusetzen:

- » Vier-Augenprinzip in der Buchhaltung und Personalabteilung
- » Verpflichtung zur Ausschreibung bei großen Investitionen
- » Vorgaben zur Annahme von Geschenken

Was wir schon lange praktizieren: Das Einkommen unserer Verkaufsmitarbeitenden ist vollkommen unabhängig von deren Verkaufszahlen (siehe D1.1).

Sorgfältiger Umgang mit Kontakten zu Ämtern/politischen Entscheidungsträger:innen

Bei Kontakten zu Amtsträger:innen und politischen Entscheidungsträger:innen üben wir keinen Einfluss aus, um einzelnen Unternehmen oder Personen Vorteile zu verschaffen. Wir setzen uns jedoch für Rahmenbedingungen ein, die Nachteile für die Bio-Branche abbauen und damit auch dem Gemeinwohl dienen.

Bisher gibt es keinen schriftlich fixierten Kodex diesbezüglich. Diesen gilt es, im nächsten Berichtszeitraum zu erarbeiten.

Bewusstseinsbildung bei Mitarbeitenden

In 2020 haben wir begonnen, unser Einkaufsteam zu den Themen Konditionswesen und Verhandlungen zu schulen. Dies möchten wir in 2021 fortsetzen (siehe A2.1).

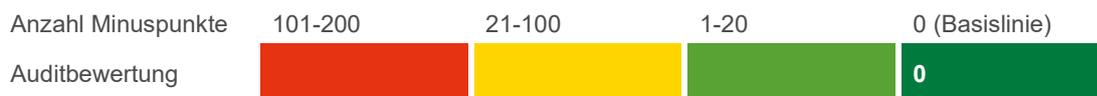
Vorkehrungen gegen Korruption in Entscheidungsprozessen

Bei wichtigen Entscheidungen beziehen wir die Gesellschafter:innen, Geschäftsleitung und/oder Beirat mit ein. Zukünftig möchten wir zudem verstärkt das Vier-Augen-Prinzip einsetzen.

Sichtbarmachen von Interessenskonflikten und entsprechende Verhaltensregeln

Bisher gibt es keine Regelungen dazu, wie Konflikte zwischen persönlichen Interessen und Interessen des Unternehmens sichtbar zu machen sind.

GWÖ-Bewertung E2.4



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » SWOT Analyse im Compliance-Bereich

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Umsetzung der aus der SWOT-Analyse abgeleiteten Anti-Korruptions-Maßnahmen im Rahmen des Compliance-Prozesses

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management und Strategie

Direkte Umweltaspekte am Firmensitz in Überlingen

Strom

Strom ist ein wesentlicher Umweltaspekt bei BODAN. Der Handel mit frischer Ware erfordert die strikte Einhaltung produktspezifischer Temperaturen. Daher ist es essentiell, die Kühlkette aufrechtzuerhalten.

Im Jahr **2019** war die **Firma Lichtblick** für die ökologische Stromversorgung von BODAN verantwortlich.

Der Strom „Wirklich Ökostrom“, den BODAN vom **Anbieter „POLARSTERN“ seit 2020** bezieht, kommt zu 100% aus deutschen Wasserkraftwerken. Dieser ist vom TÜV Nord (oder einer vergleichbaren Stelle) geprüft und darf das „Grüner-Strom Label“ tragen, das u.a. von NABU und BUND empfohlen wird. Polarstern investiert in Projekte in Europa, mit denen die Energiewende vorangetrieben wird (z.B. zur Steigerung der Energieeffizienz). Zudem fördert Polarstern die weltweite Energiewende und unterstützt mit jedem Kunden Familien in einem Entwicklungsland beim Bau ihrer eigenen Mikro-Biogasanlage. Das fördert dort nicht nur den Einstieg in die Energiewende „von unten“, sondern verbessert auch die Lebensqualität der Menschen.

Neben dem Bezug aus dem öffentlichen Netz nutzen wir den Strom unserer **betriebseigenen Photovoltaikanlage**. Sie hat eine Fläche von 1.457,3 m² und liefert 229 kWp, womit wir einen **Autarkiegrad von 14%** erreichen. Einen weiteren Teil der Dachfläche haben wir für eine Photovoltaikanlage an die Bürgergesellschaft Solarcomplex AG verpachtet.

Abbildung 27: Betriebseigene Photovoltaikanlage auf dem Firmendach



Der 2013 abgeschlossene zweite Bauabschnitt unseres Firmengebäudes verfügt über eine **umweltfreundliche Kälteproduktion**. Als Kältemedium nutzt sie eine Kombination aus Propan und einer Solelösung. Diese Lösung ist eine gute Alternative zu konventionellen Kältemitteln. Die **Abwärme** der Kühlanlage nutzen wir für Heizung, Klimatisierung und Warmwasser.

Die **Geothermie-Anlage** umfasst 24 Bohrungen auf 99 Metern Tiefe und drei getrennte Kreise zum Heizen und Kühlen. Durch die **Betonkernaktivierung** der Böden im Trockenlager und der Büroraum-Decken sparen wir 355.000 kWh Energie für Strom und 220.000 kWh für Heizung pro Jahr. Das entspricht einer jährlichen Reduktion des CO₂-Ausstoßes um ca. 144 Tonnen.

Im 2013 abgeschlossenen zweiten Bauabschnitt gibt es überdies eine **Luft-Wärmepumpe** für die Klimatisierung der Büros.

Tabelle 27: Übersicht zum Stromverbrauch

Strom	Einheit	2017	2018	2019	2020	
Strom (Netz)	MWh	1.121	1.132	1.223	1.247	➔
Strom PV Anlage (bei Leistung 229,75 kWp)	MWh	211	213	192	185	➔
Gesamtverbrauch	MWh	1.332	1.346	1.415	1.431	➔
Strom / Fläche	kWh / m ²	126	127	134	136	➔
Strom / Umsatz	kWh / t €	15	15	15	13	➔

Tabelle 28: Erdgasverbrauch

Erdgas z. Kochen	Einheit	2017	2018	2019	2020
Verbrauch	kWh	3.811	2.740	2.562	2.390

Tabelle 29: Stromverbrauch in CO₂-Äquivalenten

(in CO_{2e})

Strom CO _{2e} Äquivalent	Einheit	2017	2018	2019	2020
Strom zugekauft (angenommen 435 g CO ₂ /kWh)	CO _{2e} [t]	38	39	42	43
Strom Eigenproduktion Leistung 229,75 kWp	CO _{2e} [t]	12	12	13	12
CO_{2e} Strom gesamt	CO _{2e} [t]	50	50	55	55
Einsparung im Vergleich zum deutschen Strom-Mix	CO _{2e} [t]	648	653	660	624

Papierverbrauch



Beim Einsatz von Papier achten wir auf **ökologisch gelabelte Ware** (Blauer Engel, FSC, EU Ecolabel). Für das tägliche Geschäft, dem größten Einsatzgebiet, verwenden wir ausschließlich recyceltes Papier, welches mit dem Blauen Engel ausgezeichnet ist. Das Mondi Color Copy A3 100 g weiß (FSC, EU Ecolabel, holzfrei) verwenden wir für den Druck des Angebote Magazins. Mit Einführung eines **digitalen Lagermanagements** im Jahr 2019 konnten wir den Papierverbrauch noch weiter senken.

Tabelle 30: Papierverbrauch 2017-2020
(Verbrauch in Tonnen, Kilogramm und Seiten)

	Einheit	2017	2018	2019	2020
Papiereinsatz	t	8	9	7	6
Ausgelieferte Ware	t	25.266	25.789	27.540	31.475
Papiereinsatz / Waren-output	kg / t	0,30	0,33	0,24	0,19
Seiten im Verhältnis zur ausgelieferten Ware	Seiten / t	60	61	49	43

Wasser/Abwasser



Das Regenwasser, gesammelt in zwei Zisternen mit insgesamt 75 m³ Fassungsvermögen, nutzen wir für die Bewässerung der Grünanlage, die Toilettenspülungen und die Außenreinigung der LKW.

Tabelle 31: Wasserverbrauch 2017-2020
(in m³ und m³/Mitarbeitende)

Wasserverbrauch	Einheit	2017	2018	2019	2020
Trinkwasser	m ³	1.129	942	806	1.062
Zisternenwasser	m ³	509	485	412	473
Schmutzwasser (Verbrauch Zisternen- und Trinkwasser)	m ³	1.638	1.427	1.218	1.535
Verbrauch / Mitarbeitende pro Kopf	m ³ /MA	7	6	5	7

Abfall



Die **Abfallentstehung bei BODAN** vor Ort fällt kaum ins Gewicht. Der größte Teil der Abfälle, die später in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt oder entsorgt werden müssen, haben ihren Ursprung bei **unseren Lieferant:innen**, die daher einen entscheidenden Einfluss auf das Abfallvolumen haben. Viele von ihnen arbeiten bereits an Möglichkeiten, um Ressourcen- und Materialverbrauch zu reduzieren.

Wir bei BODAN können wiederum über die **Auswahl von Produkten** für unser Sortiment Einfluss nehmen. Ein wesentlicher Ansatz ist für uns, dass wir in allen Produktgruppen wir **Mehrweg-Gebinde** und Verpackungen gegenüber Einweg-Lösungen vorziehen. So vertreiben wir Bier ausschließlich in Glas-Pfandflaschen, ebenso Limonaden und Säfte (ausgenommen einige Smoothies und To-Go-Drinks), Wasser zu über 95%. Und auch bei Milchprodukten sind wir bestrebt, den Anteil an Pfand-Gläsern kontinuierlich zu erhöhen.

Abbildung 28: Mehrweg-Lösungen bevorzugt

Getränkekisten u.a. Waren auf Rollbehältern gesichert mit Gummi-Spanngurten



Um unnötige Verpackungen zu vermeiden, beziehen wir **vorrangig unverpacktes Obst und Gemüse** aus der Region, das in **Mehrweg-Kisten** geliefert wird. Im Berichtszeitraum haben wir in Absprache mit unseren Anbaupartner:innen von den herkömmlichen NAPF-Kisten auf klappbare Kisten umgestellt. Diese haben den Vorteil, dass ihr Leertransport im LKW weniger Platz einnimmt und somit gefahrene Kilometer reduziert werden.

Bei **Transportbehältern** (Rollbehältern, Transportkisten) setzen wir ebenfalls auf Mehrweg-Systeme. Einige unserer fertig gepackten Rollbehälter werden zum Schutz vor Bruch, Missbrauch, Zugluft (z.B. bei Salaten), Diebstahl und zum Halten einer geringen Temperatur in Folien umwickelt. Um den Folieneinsatz möglichst gering zu halten, setzen wir eine besonders dünne und dehnbare Folie ein und achten auf eine sparsame Einstellung der Wickelmaschine. Die rund 35 g Folie pro Rollbehälter sehen wir in der gesamten Stoffbilanz als den geringsten negativen Umwelteinfluss an. Außerdem verzichten wir immer mehr auf den Einsatz von Folie und setzen stattdessen Spanngurte zur Transportsicherung ein.

Tabelle 32: Einsatz von Gummi-Spanngurten, Wickelstretchfolie und Seitenfaltensäcken

Input	Einheit	2017	2018	2019	2020
Gummispanngurte	Stück	16.000	24.000	16.200	32.400
PE-Wickelstretchfolie	kg	5.281	5.819	4.320	5.040
PE-Seitenfaltensäcke (groß / klein)	Stück	67.800	60.000	3.450	0

Transportverpackungen und Leergut, das bei von uns belieferten Bioläden anfällt, bringen unseren LKW von ihren Liefertouren auf den Rollbehältern mit zurück. Unser **Leergut-Team trennt die Wertstoffe** nach Pfandleergut, Altglas, Holz-, Papier- und Kartonagen-, sowie Folienabfällen.

Der Handel mit **empfindlicher Frischware** und teilweise recht kurzer Laufzeit bis zum Mindesthaltbarkeitsdatum bringt das Risiko mit sich, dass Lebensmittel nicht schnell genug ihre Abnehmer finden. Hier kommt dem **Einkaufsteam** eine zentrale Rolle zu: Es gilt so vorausschauend zu handeln, dass möglichst immer genug da ist, aber nie zu viel – eine Herausforderung. Ein speziell konzipiertes Warenwirtschaftssystem, das sich auf statistische Prognosen stützt, unterstützt mit Einkaufsvorschlägen bei der Disposition.

Um **Lebensmittelabfälle zu vermeiden**, bieten wir unseren Kund:innen Ware, welche unmittelbar vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatum steht, mit der Auslobung „MHD-Ware“ zu vergünstigten Konditionen an. Aussortierte Ware, die noch nicht abgelaufen und für den menschlichen Verzehr unbedenklich ist, erhalten die regionalen Tafel-Organisationen oder sie wird zur Mitarbeitendenverpflegung verwendet. Aufgrund von Qualitätsverbesserungen in unserer Lagerwirtschaft nimmt die abgegebene Menge langsam und kontinuierlich ab – in 2020 jedoch gab es wegen der hohen Bestände während der Corona-Pandemie deutlich mehr Abschreibungen. 2020 waren es 291.094 Euro und 2019 noch 233.947 Euro.

Ware, die wir auf Grund von **Verderb oder Bruch** entsorgen müssen, wird von der Firma BRV Biologische Reststoff Verwertung GmbH aus Kißlegg abgeholt, die im nachgelagerten Prozess Biogas herstellt. Dieses „Bio Erdgas“ (bzw. ein Äquivalent) kann wiederum von unseren mit Gas-Motoren ausgerüsteten PKW und LKW als Kraftstoff genutzt werden.

Tabelle 33: Abfallmengen

Nicht gefährliche Abfälle	Einheit	2017	2018	2019	2020
Kartonage	t	260	263	275	325
Folien / bunt	t	21	16	16	21
Holz	t	63	60	45	47
Reststoffverwertung	t	30	19	30	30
Biol. Abfälle zur Verwertung	Liter	65.760	55.560	48.360	65.040
Mischglas	t	6	11	8	9

Tabelle 34: Gefährliche Abfälle

Gefährliche Abfälle	Einheit	2017	2018	2019	2020
Leuchtstoffröhren	Stück	139	74	90	250*
Bleibatterien	Stück	2	2	4	3

* Begründung: Austausch durch LEDs

Biodiversität

Maßnahmen, die zum Erhalt oder der Stärkung der Artenvielfalt beitragen:

- » Förderung des **Öko-Landbaus** durch aktive Nachfrage und gute Vermarktung.
- » Spezielle Auslobung und engagierte, bevorzugte Vermarktung von biologisch gezüchteten und alten, vom Aussterben bedrohten **Obst- und Gemüse-Sorten** (siehe D2.1).
- » Die **Dachbegrünung** besteht eigentlich aus einer extensiven Bepflanzung. Aufgrund der Errichtung der beiden Photovoltaikanlagen in 2008 und in 2014 hat sich der Bewuchs stark verändert. Es haben sich zahlreiche autochthone Pflanzenarten angesiedelt, die sich in den unterschiedlichen Mikrobiotopen unserer umfangreichen Dachlandschaft wohlfühlen und entwickeln. Ein Nachteil liegt in den über 300 Stunden Aufwand für die Reduzierung der Pflanzenentwicklung, damit der Ertrag der PV Anlage durch Verschattung nicht zu sehr reduziert wird.
- » Über 5.000 m² des Firmengeländes wurden 2016 nach Bioland-Richtlinien für **naturnahe Gärten** angelegt. Das Saatgut für die Böschung wurde im Heudruschverfahren gewonnen, durch Maat an einem besonders **sortenreichen Magerwiesenstandort** in der Region. In diesem Zusammenhang wurden **10 Apfelbäume alter und seltener Sorten gepflanzt**, die zusammen mit einigen Beerensträuchern die Grundlagen für einen Nasch- und Obstgarten bilden.
- » 2019 wurde der **Naschgarten** für die Mitarbeitenden ausgebaut und durch weitere Pflanzungen angereichert, zum Teil finanziert durch das Preisgeld aus dem Umweltpreis Baden-Württemberg (siehe C4.3).

Tabelle 35: Flächenverbrauch

Flächenverbrauch	Einheit	2013	Ab 2014 bis heute
bebaute Fläche	m ²	5.252	9.036
zusätzlich versiegelte Fläche	m ²	4.100	6.969
Hang	m ²	1.500	4.100
Dachbegrünung	m ²	5.200	8.900

Nachhaltigkeit auf dem Weg zum Kunden



Um selbst über Transporttechnologien, Beladung und Routenplanung entscheiden zu können und damit auf einen möglichst umweltschonenden Transport hinzuwirken, unterhält BO-DAN eine **eigene LKW-Flotte**.

Durch **intelligente Konzepte und Kooperationen** reduzieren wir das Verkehrsaufkommen. So haben wir etwa durch den kombinierten Ausliefer- und Beschaffungsverkehr die Auslastung der einzelnen Lieferfahrzeuge erhöht und gefahrene Kilometer reduziert.

Fortlaufend **investieren wir in neue Technologien**, um die Emissionen zu reduzieren (siehe Tabelle 36 und Tabelle 38).

Tabelle 36: Fahrzeuge im Fuhrpark
(Stand November 2021)

Fahrzeugformat und Antriebs-Technologie	Kühl-Technologie
8 Solo-Zugmaschinen , davon	
- 3 CNG	CO ₂ Kühlung (2x) Diesel (1x)
- 2 Hybrid	CO ₂ Kühlung (2x)
- 3 Diesel	CO ₂ Kühlung (2x) Diesel (1x)
13 Sattel-Zugmaschinen , davon	
- 3 LNG	–
- 10 Diesel	–
19 Auflieger , davon	
- 17 Auflieger mit Kühlung	CO ₂ Kühlung (3x) Elektro-Kühlung (1x) Hybrid-Kühlung Diesel-Elektro (1x) Diesel (12x)
- 2 Planen-Auflieger	–
2 Wechselbrücken	Diesel (2x)
3 Anhänger	Diesel (3x)
2 Diesel-Sprinter	Elektro-Kühlung (2x)

CryoTech (CO₂-Kühlung): Insgesamt haben wir 9 Modelle (3 Auflieger, 6 Solo Zugmaschinen) mit einer CryoTech-Ausstattung. Bei 32 eingebauten Kühlungen entspricht das 28%.

Lärmemissionen

Durch den Einsatz von Hybrid-LKW, Gas-LKW und CO₂-basierter Transportkühlung (CryoTech-Kühlung) trägt BODAN erheblich zur **Senkung von Lärmemissionen** bei.

Die CryoTech-Systeme für LKW- und Sattel-Auflieger sind so leise, dass sie sogar den anspruchsvollen **PIEK-Standard** erfüllen. Die holländische PIEK-Vorschrift beschränkt die Lautstärke von Fahrzeugen und Arbeitsmaschinen auf ca. 60 dB(A), was etwa einem normalen Gespräch entspricht.

Im August 2017 ließ die BODAN GmbH die **Lärmemissionen** ihrer Fahrzeuge bei typischen Vorgängen im Auslieferalltag von der Firma Acoustic Consulting Services **durch einen vereidigten Sachverständigen messen**. Für alle getesteten Fahrzeuge, ganz besonders aber für den erworbenen Hybrid-LKW, ließen sich Werte festhalten, die deutlich unter den Prognosemodellen für LKW- und Verladelärm der Hessischen Landesanstalt für Umwelt liegen.

Abbildung 29: Lärmmessung durch vereidigten Sachverständigen
(Messung bei alltagstypischen Be- und Entladevorgängen im August 2017)



Antriebe und Kraftstoffe

Der Umweltaspekt „Emissionen im Fuhrpark“ hat bei BODAN den höchsten negativen Umwelteinfluss. Demnach ist es naheliegend, dass wir sehr viel Energie darauf verwenden, uns dem **Ziel der Dekarbonisierung** zu nähern. Ein wichtiger Einflussfaktor ist dabei die Wahl von Antriebstechnik und Kraftstoff.

Fortlaufend informieren wir uns über neue **alternative Kraftstoffe und Lösungen**, um die Dekarbonisierung weiter voranzureiben.

- » Von Mai 2016 bis April 2018 hatten wir den nachhaltigen Diesel-Ersatzstoff **HVO** (Hydrogenated Vegetable Oils) eingesetzt.
- » Infolge der der Streichung von § 50 EnergieStG war dessen Einsatz in Deutschland ab Mai 2018 nicht mehr rentabel. Daher haben wir die Betankung der Fahrzeuge mit Diesel-Antrieb im April 2018 auf einen **GTL-Kraftstoff** (Gas-to-liquid) umgestellt,
- » ab Juli 2019 auf herkömmlichen **Diesel**, der über Emissions-Zertifikate **CO₂-neutral gestellt** ist. Infolgedessen ist der Dieselverbrauch in den letzten 2 Jahren wieder angestiegen.

Dass wir unsere verbliebenen Diesel-LKW seit Juli 2019 an der hauseigenen Tankstelle in Überlingen mit einem Treibstoff betanken, der über **Emissions-Zertifikate** CO₂-neutral gestellt ist, betrachten wir lediglich als Brücken-Lösung, bis eine bessere Alternative gefunden ist.

Tabelle 37: Verbrauch verschiedener Kraftstoffe

Kraftstoff	Einheit	2017	2018	2019	2020
Diesel gesamt	Liter	103.159	181.434	582.811	816.879
davon					
a) Diesel (inkl. Firmen-PKW)	Liter	103.159	181.434	268.452	215.105
b) Dieselverbrauch nur Firmen-PKW (ab 2020)	Liter				10.139
c) Diesel (vom Hoftank (ab Juli 2019 mit Kompensationszertifikat)	Liter			314.359	601.775

HVO (Mai 2016-April 2018)	Liter	667.513	164.143	0	0
GTL (April 2018-Juni 2019)	Liter		477.196	266.148	0
CNG	kg	43.165	47.907	44.686	74.397
LNG	kg	31.721	42.835	47.410	61.451
Benzin Super	Liter	k.A.	10.021	7.640	3.472
CO₂ zur Transportkühlung	kg	227.862	234.148	244.827	215.195

Tabelle 38: Eingesetzte Kraftstoffe und deren Umweltwirkung

GTL (Gas to Liquid)

GTL ist ein flüssiger Dieselmotorkraftstoff, der aus Erdgas gewonnen wird. Die Umwandlung ist ein sehr komplexer chemischer Prozess. Dieser Kraftstoff ist mit Blick auf die CO₂-Bilanz schlechter als HVO, aber immer noch besser als fossiler Diesel.

Umweltwirkung

- ⊕ verbrennt sauberer als Diesel
- ⊕ praktisch schwefel- und aromatenfrei

i Leistung GTL

Verbrauch: ca. 28 L / 100 km*
9,86 kWh pro 1 Liter GTL

* Erfahrungswert

Diesel

Wirtschaftlicher Vorteil

- ⊕ günstiger als die Alternativen
- ⊕ Infrastrukturen u.a. sind im Schwertransportbereich auf Diesel ausgelegt

Negative Umweltwirkung

- ⊖ Stickstoffdioxid reizt in hoher Konzentration die Schleimhäute
- ⊖ Luftverschmutzung durch Feinstaub

Fast 81% unserer Sattelzugmaschinen fahren mit der EURO-6-Norm. Momentan gilt sie als die sauberste Variante unter den Euro-Normen (400 mg NO_x pro Kilometer bei LKW).

i Leistung Diesel

Verbrauch: ca. 28 L / 100 km*
9,86 kWh pro 1 Liter Diesel

* Erfahrungswert

Hybrid-LKW

Im April 2017 hat BODAN den ersten, im Dezember 2017 den zweiten Hybrid-LKW in Betrieb genommen. Beide laden ihre Batterien durch die Rückgewinnung von Energie während des Bremsvorgangs (Rekuperation).

Umweltwirkung:

- ⊕ Treibstoffverbrauch und CO₂-Ausstoß sinken bei optimalen Bedingungen erheblich (abhängig von geographischen Bedingungen, Fahrverhalten und Strecke)
- ⊕ LKW ist im Elektromodus extrem leise, ein Vorteil insbesondere bei der Nachtauslieferung in Innenstädten

i Leistung Hybrid

Verbrauch: ca. 28 L / 100 km*
9,86 kWh pro 1 Liter Diesel

*Erfahrungswert bei Dieseleinsatz

Gas-LKW

Im Februar 2015 wurde unser erster Gas-LKW in Betrieb genommen. Dieses CNG-Fahrzeug wird vorzugsweise mit Biogas betrieben, welches indirekt aus einer Biogasanlage stammt (Fa. BRV Biologische Reststoff Verwertung GmbH aus Kießlegg), die Speisereste verarbeitet (keinen Mais). So fließen Waren, die nicht mehr dem Verzehr zugeführt werden können, in eine nachhaltige Biogas-erzeugung.

Am 20.10.2016 folgte das zweite und am 28.02.2020 das dritte CNG-Fahrzeug. Außerdem wurden 2017 und 2019 LNG Fahrzeuge angeschafft.

Umweltwirkung

- ⊕ bis zu 90% weniger CO₂ -ausstoß als fossile Dieselantriebe (bei Biogas)
- ⊕ 95% weniger NOx (Stickoxide)
- ⊕ 15% weniger Lärm als vergleichbare Dieselmotoren und 0% Rußpartikel.

i Leistung Gas-LKW

Verbrauch: ca. 24-28 kg / 100 km*

CNG:

12,87 kWh / kg CNG

Reichweite: ca. 300 bis 400 km

LNG:

15,3 kWh / kg LNG

Reichweite: ca. 1200 bis 1300 km

*Erfahrungswert

CNG (Compressed Natural Gas)

- = komprimiertes Erdgas (gasförmig)
- 900 Tankstellen in Deutschland (ca. 90 eignen sich für LKW)

Vorteil:

- bis zu 25% weniger CO₂-Ausstoß als Diesel (Kommt Biomethan in Reinform oder als Beimischung zum Einsatz, fällt die CO₂ Bilanz entsprechend günstiger aus. Tankstellen-Finder für Erdgas: www.erdgas.info)

Nachteil:

- In der Anschaffung deutlich teurer (Scania 25-35 % mehr)

LNG (Liquid Natural Gas)

- = verflüssigtes Erdgas
- nur sehr wenige Tankstellen
- mit immer höher werdendem Bio-Anteil (Methan)

Risiko:

- Methan ist, falls es entweicht, 25-mal schädlicher für die Erdatmosphäre als CO₂

Kritik:

- Es gibt LNG, das unter umwelt- und gemeinwohlschädlichen Bedingungen abgebaut und hergestellt wird (etwa LNG aus USA, mit Fracking). Bisher liegen uns noch keine belastbaren Angaben unseres Lieferanten dazu vor, unter welchen Umständen das von uns bezogene LNG hergestellt wird.

Jährliche Gesamtemission in die Luft von SO₂, NOx und PM

Versuche, die jährlichen Gesamtemissionen vollständig zu erfassen, erweisen sich als äußerst schwierig. Da im Fuhrpark ein Mix an verschiedenen LKW im Einsatz ist und BODAN auf unterschiedliche Kraftstoffe zugreift, zu denen es keine Basiswerte für die Ermittlung von SO₂, NOx und PM gibt. Eine entsprechende Anfrage beim Umweltbundesamt hat ergeben, dass auch das Amt ad hoc keine Basiswerte zur Ermittlung zur Verfügung bereitstellen kann.

Für BODAN käme nur die Betrachtung des Fuhrparks in Frage, da das Gebäude selbst keine fossilen Brennstoffe benötigt. Es wird durch Geothermie und Wärmerückgewinnung beheizt.

Kühlung mit CO₂ (R-744)



Um die Kühlkette aufrecht zu erhalten, sind die Zugmaschinen und Kofferverfahrzeuge mit **Kühlaggregaten** ausgestattet.

Für die Kühlung nutzen herkömmliche LKW ein **Diesel-Aggregat**. Die **umweltschädlichen Abgase** eines Dieselmotors enthalten Stickoxide, Kohlendioxid, Kohlenmonoxid, Kohlenwasserstoffe und Partikel wie Feinstaub und Ruß.

Alternativ setzt BODAN bereits bei über 30% seiner Kofferfahrzeuge und Sattel-Auflieger die CO₂-basierte CryoTech Kühltechnologie der Firma Thermo King ein.

Ein öffentliches Tankstellennetz für das benötigte CO₂ gibt es allerdings nicht. Deswegen hat BODAN 2016 kurzerhand eine erste kleine **CO₂-Tankstelle** auf dem eigenen Gelände eingerichtet. Um noch mehr LKW mit dem umweltfreundlichen Kühlmittel zu versorgen, wurde 2018 eine neue Tankstelle eingerichtet. Mit einem Fassungsvermögen von 20 Tonnen CO₂ ist sie vier Mal größer als ihre Vorgängerin.

Die CO₂-basierte Kühlung stößt 75% weniger CO₂ aus als konventionelle Dieselsysteme. Darüber hinaus entstehen keine NO_x-Emissionen (Stickoxide, bei denen München und Stuttgart permanent die Grenzwerte überschritten werden) oder andere Abgase.

Das CO₂ stammt aus natürlichen CO₂-Quellen:

- a) Seit Juni 2017 kommt das in Überlingen benötigte CO₂ aus einer natürlichen Kohlensäurequelle in der Vulkaneifel (Maria Laach).
- b) Das CO₂, das in Garching getankt wird, ist Kohlensäure aus einer Mineralwasserquelle aus Rottenburg Bad Niedernau.

Umweltwirkung

- ⊕ 75 % weniger CO₂-Ausstoß als konventionelle Dieselsysteme
- ⊕ Keine NO_x-Emissionen (Stickoxide) oder anderen Abgase
- ⊕ Keine Rußpartikel
- ⊕ Reduzierung der Lärmemission

Wirtschaftliches Risiko

- ⊖ Versorgungsknappheit an heißen, langandauernden Sommertagen

Abbildung 30: Natürliche CO₂-Quelle



Hauseigener Geysir der Firma Carbo, alle 2-3 Stunden Wasserfontaine



Eine Quelle, aus der kohlenstoffhaltiges Wasser an die Oberfläche tritt. Hoher Eisenanteil, daher die Rotfärbung



Hier wird die Kohlenstoffkonzentration und vom Wasser abgeschieden. Danach über gelangt sie über Rohrleitungen in die Reinigung und Verdichtung.



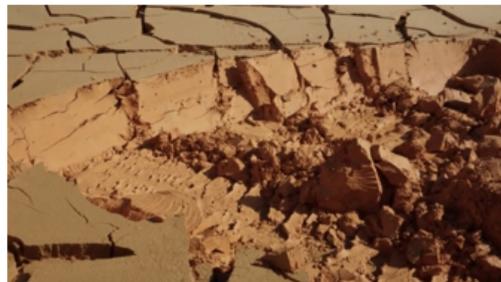
Kohlenstofftanks der fertig aufbereiteten und versandfertigen Kohlenstoff



Absetzbecken, eines von sechs



Eisenhaltige Erdpartikel, das in der Aufbereitung anfällt und in der regionalen Landwirtschaft als Dünger eingesetzt wird.



Abgesetzte Erde aus den Kohlenstoffquellen, bevor sie für die Landwirtschaft aufbereitet wird.

Emissionen

Im Jahr 2013 haben wir erstmals unseren **CO₂-Fußabdruck** durch die Firma „**Soil & More**“ untersuchen und protokollieren lassen. Sie ist unter den CO₂-Bilanz Expert:innen bei Carbon Trust / PAS2050 registriert.

Seit 2014 stützen wir uns als BNN-Mitglied (Bundesverband Naturkost Naturwaren) für die Auswertung der CO₂ Äquivalente auf ein vom TÜV Nord CERT geprüftes Online-Tool „**CO₂ Rechner PRO**“ von der **KlimAktiv gGmbH**. Das Tool ermittelt nach den Vorgaben des international anerkannten Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard (GHG Protocol) des WRI-WBCSD.

Der Transport mit den firmeneigenen LKW macht mit knapp 80% den größten Teil des CO₂ Ausstoßes im Unternehmen aus. Da wundert es nicht, dass hier der Schwerpunkt unseres Umweltziels in der Dekarbonisierung liegt. Verschiedene Maßnahmen, darunter auch der Einsatz von HVO, haben dazu beigetragen, dass wir unserem Ziel ein gutes Stück näherkommen konnten. Womit wir allerdings nicht gerechnet hatten, war die Streichung von § 50

EnergieStG. Sie hat dazu geführt, dass der Einsatz von HVO für uns nicht mehr finanzierbar ist (40% teurer als Diesel) und dass der Vertrieb des hochwertigen Alternativ-Kraftstoffs in Deutschland sogar weitgehend eingestellt wurde, so dass es kaum mehr möglich ist, ihn zu beziehen. Die Auswirkungen zeigen sich in 2018 (Tabelle 39: CO_{2e} [t] ganz BODAN).

Fortlaufend investieren wir in die Optimierung unseres Fuhrparks. Emissionen senken wir nicht nur durch den Einsatz umweltschonender Technologien, sondern auch durch effiziente Fahrweise und intelligente Logistik-Konzepte, die gefahrene Kilometer und Kraftstoffverbräuche reduzieren.

Tabelle 39: Emissionen nach Geltungsbereich
(CO₂-Äquivalente für verschiedene Emissionen)

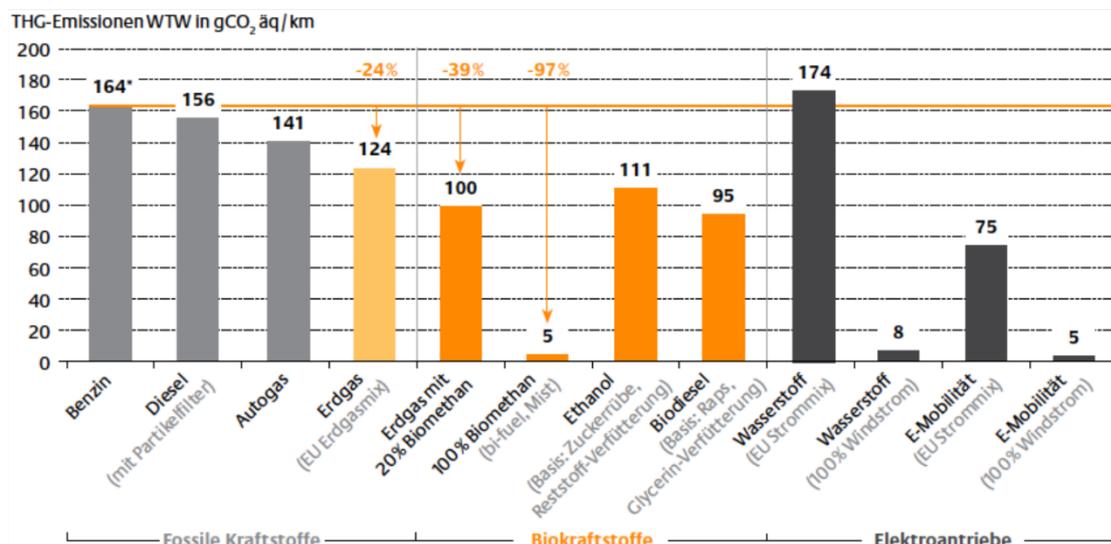
CO ₂ -Bilanz Bereich	Einheit	2017	2018	2019	2020
Eingekaufter Strom (Netto Emission)	t CO _{2e}	38	39	42	43
Produzierter Strom (Netto Emission)	t CO _{2e}	12	11	13	12
Papiereinsatz	t CO _{2e}	10	11	9	8
Abfall (Mischpapier, Biogas, Restmüll)	t CO _{2e}	18	14	18	19
Eigener Fuhrpark	t CO _{2e}	1.265	2.555	2.972	2.968

Indikator	2019	2020
Scope 1 - Direkte Treibhausgasemissionen	2.392 t CO _{2e}	2.499 t CO _{2e}
Scope 2 - Indirekte Treibhausgasemissionen aus Strom und Wärme	515 t CO _{2e}	439 t CO _{2e}
Scope 3 - Andere indirekte Treibhausgasemissionen	723 t CO _{2e}	638 t CO _{2e}
Scope 1+2+3	3.630 t CO_{2e}	3.576 t CO_{2e}

	Einheit	2017	2018	2019	2020
Brutto Emission	t CO _{2e}	1.952	3.180	3.620	3.592
Klimaschutzprojekte LEY	t CO _{2e}			839	1.607
Klima-Invest (Erneuerbare Energie)	t CO _{2e}	90	665	660	617
Netto Emission	t CO _{2e}	1.862	2.516	2.121	1.368

Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die Treibhausgase (THG) entsprechend ihres globalen Erwärmungspotenzials (GWP) in CO₂-Äquivalente (CO_{2e}) umgerechnet.

Abbildung 31: Treibhausgas-Emissionen unterschiedlicher Kraftstoffe
(in gCO_{2e}/km)



* Referenzfahrzeug: Ottomotor (Benzin, Saugmotor), Verbrauch: 7l/100 km

Alternative Reifen: Recherche

Um die Emissionen im Fuhrpark stetig zu senken, hat BODAN auch die Nachhaltigkeit von Reifen im Blick. Aktuell werden **Reifen von Michelin** gefahren. Michelin ist Mitglied des „**Tire Industry Project**“ (TIP). Das Projekt will die wichtigsten Gesundheits- und Umweltauswirkungen betrachten, die mit der Reifenproduktion und -nutzung einhergehen.

LKW-Reifen werden zum größten Teil aus **Naturkautschuk** (Kautschukbaum; Hevea brasiliensis) hergestellt, da das Material höheren Belastungen ausgesetzt werden kann als der synthetische Kautschuk. Zu 70% wird der Naturkautschuk für die Reifenproduktion eingesetzt. Die Verfügbarkeit von Naturkautschuk ist begrenzt, da er nur auf bestimmten, klimatisch optimalen Flächen angebaut werden kann. Häufig erfolgt der Anbau in Monokulturen und ist mit ökologischen und sozioökonomischen Risiken verbunden, die v.a. die Anbauregionen treffen, z.B. Entwaldung oder Verlust von Biodiversität.

Das Fraunhofer Institut hat den ersten **biomimetischen Synthesekautschuk aus Löwenzahn** erforscht. Im Ergebnis hat der Kautschuk aus Löwenzahn in den gemessenen Kriterien Rollwiderstand, Trockenhaftung, Nasshaftung und Abriebsmessung bessere Ergebnisse als der Naturkautschuk erzielt. Bisher liegen jedoch **noch keine Testergebnisse über die Belastung bei LKW-Reifen** vor.

Für **ökologischen Naturkautschuk** gibt es lediglich erste Projekte unter den Siegeln FSC und Fair Rubber e.V. Aufgrund der kleinbäuerlich geprägten Strukturen ist eine Rückverfolgbarkeit schwierig und die Siegel können nur in sehr begrenztem Umfang vergeben werden.

BODAN wird die technologischen Forschungen und Entwicklungen auf dem Markt weiter beobachten und die Umsetzbarkeit potenzieller Alternativen prüfen.

Umweltperformance und Kennzahlen

Tabelle 40: Materialfluss

Input	Einheit	2017	2018	2019	2020
Ökostrom	MWh	1.121	1.132	1.223	1.247
Strom PV Anlage	MWh	209	213	192	185
Erdgas (Kantine)	kWh	3.811	2.740	2.562	2.390
Wasser					
Trinkwasser	m³	1.262	942	806	1.062
Zisternenwasser	m³	376	485	412	473
Gesamtverbrauch (Zisternen- und Trinkwasser)	m³	1.638	1.427	1.218	1.532
Büromaterial (Kopierpapier)	t	8	9	7	6
Gummispanngurte	Stück	16.000	24.000	16.200	32.400
Putzpapier	Stück	40	20	60	106
Trockeneis Flowpack	kg	27.685	27.950	34.000	42.750
Trockeneis Scheiben	kg	96.000	117.700	84.200	170.000
PE-Wickelstretchfolie	kg	5.281	5.819	4.320	5.040
PE-Seitenfaltensäcke (groß)	Stück	10.600	0	3.450	0
PE-Seitenfaltensäcke (klein)	Stück	57.200	60.000	0	0
Adblue	Liter	25.886	36.070	35.633	44.286
CO2-Kühlung	kg	227.862	234.148	244.827	215.195
Kraftstoff (Fuhrpark)					
Diesel	Liter	103.159	181.434	584.830	816.880
GTL	Liter		477.196	266.148	0
HVO	Liter	667.513	164.143	0	0
CNG	kg	43.165	47.907	44.685	74.397
LNG	kg	31.721	42.835	47.410	61.450
Output	Einheit	2017	2018	2019	2020
Emissionen in die Luft					
Brutto Emission	t CO2e	1.952	3.180	3.620	3.592
Klimaschutzzertifikate	t CO2e			839	1607
Erneuerbare Energie - Bonus	t CO2e	90	665	660	617
Netto Emission	t CO2e	1.862	2.516	2.121	1.368
Verbrauch (Zisternen- und Trinkwasser)	m³	1.638	1.427	1.218	1.535
Abfälle					

Mischpapier	t	260	263	275	325
PE-Folien bunt	t	21	16	16	21
Holz A II	t	63	60	45	47
Mischglas	t	6	11	8	9
Reststoffverwertung	t	30	19	30	30
Biologische Abfälle	Liter	65.760	55.560	48.360	65.040
Verkaufte Ware	t	25.266	25.789	27.540	31.475

GWÖ-Bewertung E3.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Umstellung des regionalen Obst- und Gemüsehandels auf klappbare Transport-Kisten
- » Teilweise Kompensation der CO2-Emissionen unseres Fuhrparks über unsere hofeigene Tankstelle
- » Anlage eines Naschgartens als Ergebnis des Ideenwettbewerbs (siehe C4.3)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Einsatz alternativer Reifen mit Kautschuk auf Löwenzahnbasis, sobald verfügbar
- » Informieren über Best-Practice-Beispiele zum Vermeiden von Abfall und Verschwendung (Less-Waste) bei Liefer-Betrieben, die zur Nachahmung einladen oder Entwicklungsprozesse anregen

E3.2 Relative Auswirkungen

Ökologische Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich zum Branchenstandard

Als Handelsunternehmen stellen wir keine Produkte her.

Ökologische Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld

s.o.

Ökologische Auswirkungen der Herstellprozesse zu Mitunternehmen in der Region

s.o.

Relevante Vergleichswerte bezüglich der Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region

Durch den Handel mit Bio-Lebensmitteln fördern wir positive ökologische Auswirkungen in den Anbaugebieten. Zudem sind wir dank Investitionen in umweltschonende Logistik

klimafreundlicher und geräuschärmer unterwegs als herkömmliche Diesel-LKW-Flotten (siehe auch D3.1).

GWÖ-Bewertung E3.2



E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastung

Verzeichnis der Betriebsgenehmigungen, Gesetze, Verordnungen und Gefahrenstoffe

Mit den einzelnen Umweltaspekten sind relevante **Umweltvorschriften** verknüpft, aus denen die Pflichten resultieren. Die Auflistung der relevanten Umweltvorschriften erfolgt im Rechtskataster. Mit dem internen Audit überprüfen wir, ob bindende Verpflichtungen eingehalten werden. BODAN sieht sich in der Pflicht, alle arbeitsschutzrelevanten Vorfälle, z.B. Erste-Hilfe-Leistungen oder Arbeitsunfälle, zu erfassen.

Vorgeschriebene **Ausbildungen**, wie Ersthelfer und Brandschutzhelfer, werden nachweislich ausgeführt.

Im Haus betreiben wir **wartungsanfällige Geräte**, die externe Dienstleister in regelmäßigen Abständen überprüfen.

Wichtig ist insbesondere das Einhalten der folgenden Regelungen:

- » Bio Verordnung (EG) Nr. 834/2007,
- » Lebensmittelhygieneverordnung,
- » Lebensmittelrecht,
- » Arbeitszeitgesetz und
- » Arbeitsschutzgesetz sowie
- » die Einhaltung der Lenk- und Ruhezeiten im Fuhrpark, die in der FPersV (Fahrpersonalverordnung) verankert ist.

Transparenz mit Blick auf Umweltauflagenverstöße und Probleme sowie Kontroversen mit anderen Stakeholder:innen

Bei der Anlieferung kann es zu Geräuschbelästigung für Anwohnende kommen, v.a. bei Bioläden in Innenstädten. In der externen Kommunikation weisen wir darauf hin, dass wir in leise Technologien investieren (z.B. geräuscharme Kühlung, PIEK-Norm, siehe Lärmemissionen).

Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betriebsauflagen

Weil wir frische Lebensmittel transportieren, also Ware, die gekühlt werden muss, haben wir hier eine außerordentliche Betriebsgenehmigung für die Sonntags-Auslieferung. Da die Ware vor Auslieferung kommissioniert werden muss, gibt es auch an unseren Standorten kein

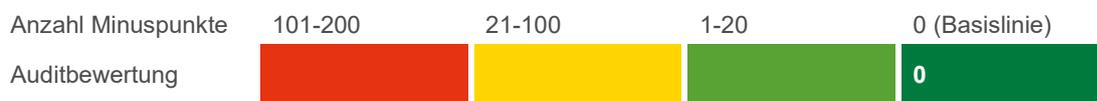
Sonntags-Arbeitsverbot. Dies gilt unter der Auflage, dass wir sonntags ausschließlich Frischware liefern dürfen.

Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer:innen bezüglich ökologischer Belastungen

Kontroversen mit Anrainer:innen gibt es nur selten. Falls doch, geht es meist um **Geräuschbelästigung** infolge der nächtlichen Anlieferung (s.o.).

Unsere LKW-Fahrer:innen sind dafür sensibilisiert. Durch den Einsatz relativ leiser Technologien (Hybrid-LKW, Gas-LKW und CO₂-basierte Transportkühlung) tun wir unser Bestes, um die Lärmemissionen zu senken (siehe Lärmemissionen).

GWÖ-Bewertung E3.3



E4.1 Transparenz

Indikator: Transparenz GWÖ-/Nachhaltigkeitsbericht

Indikator	2019	2020
Transparenz des Gemeinwohl-/ Nachhaltigkeitsberichts	90 %	90 %

Wichtige/kritische Informationen für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen

Unser **Gemeinwohl-Bericht** und unser **Nachhaltigkeitsbericht**, den wir seit der Einführung unseres Umweltmanagementsystems gemäß EMAS seit 2016 regelmäßig verfassen, stellen die Situation unseres Unternehmens umfassend und kontinuierlich dar (bis auf eine Pause in der GWÖ-Berichtserstattung in 2017 und 2018). Sie gestatten einen sehr umfassenden und tiefgehenden Einblick in interne Strukturen und Prozesse.

Unser Haus ist **offen für interessierte Bezugsgruppen**. So bieten wir kostenlose Betriebsführungen an (siehe E1.2) und stellen z.B. Seminarräume auch für Veranstaltungen externer Partner zur Verfügung.

Formen der Berichterstattung (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)

Siehe auch A4.2 und E1.2, Tabelle 18.

Tabelle 41: Formen der Berichterstattung

(Format, Erscheinungsweise, enthaltene Informationen, Adressaten und Prüfende)

Berichtsform - Erscheinungsweise - Umfang	Informationen	Zugänglich für ... Unabhängige Prüfung durch...
--	----------------------	---

Angebote-Magazin - 2-wöchentlich - 12-32 Seiten	- Produktinformationen - Unternehmensnachrichten - Neuerungen im Service - Branchen-News	- Bioläden und ihre Mitarbeitenden - BODAN-Mitarbeitende - Besucher:innen des Hauses (offene Auslage)
BODAN-Website und BODAN-Facebook-Site - fortlaufend	- Unternehmensnachrichten - Informationen zu GWÖ und Nachhaltigkeit - Angebote und Services - Stellenausschreibungen - Informationen zu Waren und Qualitäten, die über Bio hinaus gehen - Zukunftsprojekte (z.B. Bio-Züchtung)	- Naturkost-Einzelhändler:innen - Konsumierende - Herstellende - Presse & Öffentlichkeit
BODAN-YouTube-Kanal - fortlaufend	- Einblicke ins Unternehmen - Anbauende und ihre Arbeitsweisen - Herstellende und ihre Arbeitsweisen - Zusammenhänge im Wertschöpfungskreislauf	- Naturkost-Einzelhändler:innen - Konsumierende - Herstellende - Presse & Öffentlichkeit
Presseinformationen - nach aktuellem Anlass - 1-2 A4-Seiten	- Geschäftsentwicklung - Kooperationen, Netzwerke und Entwicklungsprojekte - Veröffentlichung von Nachhaltigkeits- und GWÖ-Berichten - Informationen zu besonderen Projekten, sozio-ökologischen Engagements - Informationen zu Auszeichnungen	- Presse - Öffentlichkeit
Gemeinwohl-Bericht - alle 2 Jahre (Pause 2017 + 2018) - seit 2020 mit integriertem EMAS-Bericht	- umfassende Dokumentation aller gemeinwohl-relevanten Indikatoren	- Öffentlichkeit <u>Unabhängige Prüfung:</u> durch Auditor:in
Kurzbericht: Geschäftsentwicklung, Gemeinwohl und Nachhaltigkeit - alle 2 Jahre (Pause 2017 + 2018) - 12-20 Seiten	- Geschäftsentwicklung (Umsatz, Warengruppen, Mitarbeitende) - personelle Veränderungen - Engagement in Forschung und Entwicklung - Engagement in Netzwerken und nachhaltigen/regionalen Projekten - Gemeinwohl-Indikatoren - Öko-Effizienz	- Öffentlichkeit - Mitarbeitende - Besucher:innen des Hauses - Bioläden, Herstellende und Anbauende
Umwelterklärung und Nachhaltigkeitsbericht - jährlich (seit 2020 in den GWÖ-Bericht integriert) - rund 60 Seiten -	- umfassende Dokumentation aller umweltrelevanten Indikatoren	- Öffentlichkeit - Mitarbeitende - Besucher:innen des Hauses - Bioläden, Herstellende und Anbauende <u>Unabhängige Prüfung:</u> durch Auditor:in
BODAN Nachhaltigkeits-Website - fortlaufend (bis Ende 2020)	- umfassende Dokumentation aller umweltrelevanten Indikatoren - Bereitstellung des vollständigen Nachhaltigkeitsberichts	- alle Interessierten - Öffentlichkeit
Hersteller-Newsletter - ca. halbjährlich (ab 2020)	- News zu Personalien u.a. Entwicklungen im Unternehmen - Infos zu Kooperationen - Informationen zu leistungsrelevanten Kriterien (z.B. Qualitätsanforderungen)	- BODAN-Partner:innen auf Seiten der Herstellenden und Anbauenden

Betriebs-Information - halbjährlich (ab 2020) Betriebs-Telegramm - monatlich (ab 2021)	News zu Personalien, Mitarbeiter:innen-Vertretung und Geschäftsentwicklung - Organisatorisches - Informationen zu Technik und Infrastruktur - Informationen zu aktuellen Projekten	- Mitarbeitende
Geschäftsbericht - jährlich	- umfassende Dokumentation aller betriebswirtschaftlichen Indikatoren	- Gesellschafter:innen, Banken, Stille Gesellschafter:innen - Veröffentlichung über den Bundesanzeiger (offen zugänglich, elektronisches Verzeichnis)
<u>Unabhängige Prüfung:</u> Wirtschaftsprüfung Herdizin und Nagel		
Betriebsführungen - 13 Führungen in 2019 und 2020 (siehe auch Tabelle 20) - 1-2 h	- ungefilterter Einblick in Betriebsgelände, Technologien, betriebsinterne Prozesse und Arbeitsweisen	- Interessierte Gruppen

Kritische Prüfung durch unabhängige Stellen

Unsere Gemeinwohl- und Nachhaltigkeitsberichte werden jeweils von externen Auditor:innen überprüft und bewertet.

Öffentliche Zugänglichkeit der Berichte

Die jeweils aktuellen Versionen unserer Gemeinwohl- und Nachhaltigkeitsberichte sind auf der Website offen zugänglich und werden in Gesprächen mit Kund:innen, Lieferant:innen und anderen Besucher:innen freizügig abgegeben.

GWÖ-Bewertung E4.1



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Gründung einer Film-Crew im Jahr 2020, die u.a. über aktuelle Projekte von BODAN berichtet (siehe C4.3)
- » Zahlreiche Betriebsführungen (siehe Tabelle 20)
- » Einführung eines E-Mail-Newsletters für Partner auf Seiten der Anbauenden und Herstellenden
- » Einführung einer halbjährlichen Betriebs-Information für Mitarbeitende, die in der Kantine offen ausliegt (als Ersatz für coronabedingt entfallende Betriebsversammlungen, siehe C4.1)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- » Start einer Film-Reihe, die Einblicke hinter die Kulissen der verschiedenen Abteilungen gibt (siehe C4.3)

- » Einrichten eines monatlichen Betriebs-Telegramms für Mitarbeitende (siehe C4.1)

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Indikator: Entscheidungen unter Einbeziehung der Berührungsgruppen

Indikator	2019	2020
Anteil Entscheidungen unter Einbeziehung der Berührungsgruppen	5 %	5 %

Institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z.B. Ethikforum, Ethikkomitee)

Durch eine **offene Haltung** und **institutionalisierte Beziehungen** (z.B. durch den Partnerbeirat und Beirat) stehen wir in einem lebendigen und kontinuierlichen Dialog mit unseren Bezugsgruppen, in dem Wünsche, Anregungen und Kritik als konstruktive Impulse aufgenommen werden. Ebenso in unseren Netzwerkpartnerschaften, Unternehmerforen und in der Gremienarbeit. Ein institutionalisiertes Ethikforum oder -Komitee gibt es nicht.

Institutionalisierte Mitbestimmung erfolgt z. B. über den BODAN Partnerbeirat, Beirat und die Mitarbeitendenvertretung (siehe Tabelle 12).

Formen der Interessenvertretung gesellschaftlicher Berührungsgruppen

Durch aktive Fördermitgliedschaft im **Verein „Naturkost Süd“**, die Mitträgerschaft des **bildungsnetzwerk naturkost (binako)** und unser Engagement in mehreren **GWÖ-Energiefeldern** schaffen wir offene Kommunikationsräume und legen unsere Geschäftspraktiken und Kalkulationsgrundlagen offen.

Über das von uns mititinierte **Netzwerk „WIR. Bio Power Bodensee“** verbinden wir uns mit Akteuren aus der gesamten Wertschöpfungskette – von Erzeuger:innen und Verarbeiter:innen über den Handel bis hin zu Konsument:innen (siehe E1.2).

Durch die Berufung von kompetenten Vertreter:innen unserer Berührungsgruppen in den **BODAN-Beirat** praktizieren wir einen intensiven Austausch mit unserem direkten und weiteren Umfeld **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**

Weiterhin beteiligen wir uns am jährlich stattfindenden **Lichtmessforum**. Hierbei handelt es sich um ein Austauschforum mit Berührungsgruppen in der Region, insbesondere aus dem biologisch-dynamischen Umfeld („Bündnis biodynamische Arbeit am Bodensee“). Sascha Damaschun ist Mitglied im Koordinationskreis.

Im Januar 2019 hat zudem die **Bio-Musterregion Bodensee** ihre Arbeit aufgenommen. Ziel ist eine Vernetzung von Bio-Akteuren entlang der Wertschöpfungskette am westlichen Bodensee. Sascha Damaschun ist hier Mitglied in der Lenkungsgruppe. Konkrete gemeinsame Projekte sind hier u.a.:

- » Schließen von Verarbeitungs-Lücken in Wertschöpfungskreisläufen (z.B. Verarbeitung von Erntespitzen und Fleisch von Milchviehbetrieben)

- » Entwicklung einer Gemeinschaftsorganisation für Erzeugende und Verbrauchende (z.B. Genossenschaft), um die regionale Lebensmittelwirtschaft und -kultur gemeinschaftlich weiterzuentwickeln

Dialogmöglichkeiten für Bürger:innen und gesellschaftliche Berührungsgruppen

Als B2B-Unternehmen liegt unser Fokus auf dem Dialog mit Anbauer:innen, Hersteller:innen und Bioläden. Doch auch Anfragen von Bürger:innen und anderen gesellschaftlichen Berührungsgruppen sind jederzeit willkommen. Folgende Kommunikationswege sind hierfür möglich:

- » Post an unseren Firmensitz in Überlingen
- » Telefon-Zentrale: 07551 9479-0
- » E-Mail: info@bodan.de
- » Fax: 07551 9479-222
- » [Kontaktformulare auf der Webseite](#)
- » BODAN Facebook-Site
- » Betriebsbesichtigungen
- » Teilnahme an Exkursionen des Netzwerks „WIR. Bio Power Bodensee“

Unsere Webseite bietet zudem einen eigenen [Zugang für Konsument:innen](#), der speziell für sie relevante Informationen bündelt und gut verständlich aufbereitet.

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Siehe oben.

GWÖ-Bewertung E4.2



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- » Arbeitsaufnahme der Bio-Musterregion Bodensee
- » Arbeitsaufnahme des BODAN Beirats

E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Informationen die nicht der unternehmensinternen Realität entsprechen

Wir prüfen Informationen über unser Unternehmen stets nach bestem Wissen und Gewissen, bevor sie veröffentlicht werden. Somit gehen wir davon aus, dass es keine wesentlichen Differenzen gibt.

Beeinflussung der öffentlichen Meinung durch Fehlinformationen

Wir verbreiten aus Prinzip keine Fehlinformationen. Im Gegenteil, unser Geschäftsmodell basiert auf Aufklärung über die realen Mehrwerte und Hintergründe der von uns gehandelten Lebensmittel.

Widerspruch zum wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder zur allgemeinen Erklärung der Menschenrechte

In unseren Veröffentlichungen orientieren wir uns stets am wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand sowie der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte.

Tatenlosigkeit bei der Beobachtung bewusster Fehlinformation

Wir haben eine kleine Marketing-Abteilung, die in enger Absprache mit der Geschäftsführung und den inhaltlich verantwortlichen Personen steht. Somit wird die Verbreitung von Fehlinformation im Unternehmen im Kern verhindert.

Durch die halbjährigen Teilbetriebsversammlungen und regelmäßigen Teambesprechungen erhalten unsere Mitarbeitenden zudem Informationen aus erster Hand. Das Entstehen einer „Gerüchteküche“ können wir somit weitestgehend verhindern.

Tolerieren der Verbreitung von Gerüchten oder Unwahrheiten zum eigenen Vorteil

Wir legen Wert darauf, Gerüchte von Fakten zu unterscheiden und weisen auch darauf hin, wenn dies irgendwo nicht geschehen sollte.

Verbreiten von nicht gesicherten, aber als Fakten dargestellten Informationen oder Schüren von Zweifeln, Unsicherheiten und Ängsten

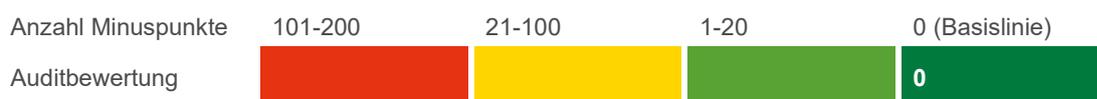
Wir verbreiten keine Falschinformationen oder ungesicherte Informationen. Vielmehr setzen wir auf **Bildung, Aufklärung** sowie auf **gesicherte Fakten aus seriösen Quellen**. Ziel unserer Kommunikation ist es, Mitarbeitende und andere Bezugsgruppen in die Lage zu versetzen, gemäß ihrem eigenen Wertekanon **verantwortungsbewusste Entscheidungen** treffen zu können.

Es ist uns ein Anliegen, nicht nur Probleme und Herausforderungen aufzuzeigen, sondern immer auch Ansatzpunkte, um selbst wirksam zu werden und die **Zukunft positiv mitzugestalten**.

Verschleierung von Risiken oder Wirkungen zum eigenen Vorteil

Wir verschleiern keine Risiken oder schädlichen Auswirkungen.

GWÖ-Bewertung E4.3



Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

Für den nächsten Berichtszeitraum haben wir uns u.a. die folgenden Ziele gesetzt:

- » Etablierung eines funktionierenden Lieferkettenmanagements mit stärkerer Berücksichtigung von Sozialstandards als bisher (A1.1)
- » Etablierung von Mitarbeitenden- und Lieferant:innen-Jahresgesprächen mit 180°-Bewertung (A2.1, C1.1)
- » Gründung der KorBio GmbH für Synergieeffekte mit anderen Großhandelsunternehmen in Einkauf und Logistik sowie wettbewerbsfähige Preise im Naturkost-Einzelhandel (A2.1, D2.1)
- » Start einer Humusinitiative mit regionalen Höfen zum Aufbau von Bodenfruchtbarkeit und für Klimaschutz (B2.1)
- » Fortlaufende Reduktion der CO₂-Emissionen in der Transportkette durch eine stärkere regionale Wertschöpfung, alternative Antriebstechnologie und Kompensation (B3.1, B3.3)
- » Entwicklung dynamischer Funktionsbilder für mehr Eigeninitiative der Mitarbeitenden und als Basis einer transparenten Gehaltsstruktur (C1.1, C2.1, C4.3)
- » Einführung einer Ideenbörse mit Belohnungssystem für Mitarbeitende, mit Vorschlägen zu Prozess- und Nachhaltigkeitsverbesserungen (C4.3)
- » Umsetzung der Erkenntnisse aus QuartaVista: Erweiterung der Finanzbuchhaltung auf 4 Dimensionen der Nachhaltigkeit (D4.2)
- » Aktive Verfolgung der BNN-Diskussion um den Nutri-Score (E1.3)
- » Umsetzung von Anti-Korruptions-Maßnahmen im Rahmen unseres Compliance Prozesses (E2.4)

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Über Bericht und Bilanzierung hinaus kann die Gemeinwohl-Ökonomie nur dann die gewünschte Wirkung entfalten, wenn

- » nicht nur **innerhalb des Unternehmens** Ziele operationalisiert und Maßnahmen abgeleitet werden, die im Unternehmensalltag auch realisierbar sind, sondern
- » zudem auch die Diskussion **im gesamten gesellschaftlichen Umfeld** dazu beiträgt, dass die Ergebnisse der Gemeinwohl-Bilanzierung durch gesetzliche und politische Rahmenbedingungen für wirtschaftliche und gesellschaftliche Entscheidungen relevant werden, zum Beispiel über fiskalpolitische Maßnahmen oder das Auftragsvergabe-Recht.

Hierzu bedarf es einer demokratischen Diskussion und einer breiten Einbindung verschiedener Interessensgruppen.

Unser langfristiges Ziel ist, die **rechtlichen, steuerlichen und kommunikativen Normen unseres Zusammenlebens so zu verändern**, dass eine wirkliche Transformation hin zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise gelingt.

Uns hier einzubringen, verstehen wir als gesellschaftlichen Auftrag und gleichzeitig wesentlichen Aspekt unserer unternehmerischen Überlebens-Strategie. Hierfür engagieren wir uns durch Responsible Lobbying sowie durch aktives Mitwirken in Projekten wie QuartaVista.

EU-Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)

Im Mai 2014 stimmte der **Ministerrat der EU** einer **Richtlinie** zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die demnach offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind

- » Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- » Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption zu gewährleisten?
- » Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- » Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- » Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- » Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Der **Gemeinwohl-Bericht** kann zur **nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie** verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das „**Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)**“, in Deutschland das „**CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)**“.

Der Gemeinwohl-Bericht der BODAN GmbH erfüllt die **EU-Anforderungen zur Offenlegung von Nicht-Finanziellen Informationen** gemäß der EU-Direktive zur Offenlegung von Nicht-Finanziellen Informationen (COM 2013/207).

Beschreibung des Geschäftsmodells

Das Geschäftsmodell der BODAN Großhandel für Naturkost GmbH, mit dem Gewinne erwirtschaftet werden, und die Gemeinwohlorientierung sind im Abschnitt „Allgemeine Informationen zum Unternehmen“ dargestellt.

Weitergehende detailliertere Beschreibungen sind im Bericht nach den Berührungsgruppen und den Werten der Gemeinwohl-Matrix 5.0 der Gemeinwohl-Ökonomie gegliedert.

Bekämpfung von Korruption

Korruption hat bei uns keinen Platz. **Transparenz und faire Partnerschaften** sind Grundprinzipien unseres Handelns und werden in allen Bereichen gelebt. Hierbei ist es uns wichtig, die **Unabhängigkeit der jeweiligen Geschäftspartner** zu wahren. Im Rahmen unseres

Compliance-Prozesses ist eine formalisierte Vorgehensweise in Arbeit (siehe E2.3 und E2.4).

Firmenpolitik zur Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte

Die Firmenpolitik zur Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen sowie zur Achtung der Menschenrechte ist im Bericht ausführlich beschrieben und den jeweiligen Feldern der GWÖ-Matrix 5.0 zugeordnet (siehe z. B. A1.2 / Verletzung der Menschenwürde, BODAN-Umweltpolitik / Umweltpolitik und den gesamten Abschnitt C1.1).

Primäre Risiken der Geschäftsprozesse, Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen, sowie die Auseinandersetzung mit diesen

Die primären Risiken der Geschäftsprozesse, Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in den oben genannten Bereichen, sowie die Auseinandersetzung mit ihnen sind im Bericht ausführlich beschrieben und den jeweiligen Feldern der GWÖ-Matrix 5.0 zugeordnet (siehe oben).

Prozess zur Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Beteiligte an der Erstellung von Gemeinwohl-Bilanz und Gemeinwohlbericht

An der Erstellung von Gemeinwohl-Bericht und -Bilanz waren viele Mitarbeitende aus verschiedenen Fachabteilungen im Unternehmen beteiligt. Stellvertretend seien hier erwähnt:

- » Sascha Damaschun, Geschäftsführer, Berührungsgruppen A/D/E
- » Volker Schwarz, Geschäftsführer, Berührungsgruppe B/C
- » Annika Woltjen, Nachhaltigkeitsmanagement, Gesamtkoordination Berichtserstellung
- » Jasmin Meyer, Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement, Berührungsgruppe A & Wert Ökologische Nachhaltigkeit
- » Rita Fay, Finanzbuchhaltung, Berührungsgruppe B
- » Silva Schleider, Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Revision
- » Valeria Rachiele, PR und Social Media, Revision

Wir stehen außerdem in engem Austausch mit der Firma Mehrwerte Unternehmensentwicklung, deren Tool „Impact Compass“ wir für die Berichtserstellung erstmalig verwendet haben.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

500 h

Wie wurde die Bilanz / der Bericht intern kommuniziert?

- » Informationen zum Prozess der Berichterstattung auf den Betriebsversammlungen, in der schriftlichen Betriebs-Information und im monatlichen Betriebs-Telegramm

Nach der Auditierung:

- » Pressemitteilung zur Veröffentlichung
- » Bereitstellung des Berichts auf der BODAN-Website

- » Präsentation im Rahmen der Betriebsversammlungen oder (falls Corona-bedingt nicht möglich) Vorstellung in der schriftlichen Betriebs-Information
- » Erstellen einer Kurzfassung für den kompakten Geschäfts-, Nachhaltigkeits- und Gemeinwohl-Bericht zur Ausgabe an Mitarbeitende, Kund:innen, Lieferant:innen und weitere Interessierte aus den Berührungsgruppen
- » Ggf. Vorstellung im Rahmen einer GWÖ-Pressekonferenz gemeinsam mit anderen GWÖ-Unternehmen

Erklärung des Umweltgutachters



ERKLÄRUNG DES UMWELTGUTACHERS ZU DEN BEGUTACHTUNGS- UND VALIDIERUNGSTÄTIGKEITEN

Der für die OmniCert Umweltgutachter GmbH mit der Registrierungsnummer DE-V-0360 unterzeichnende EMAS-Umweltgutachter

Thorsten Grantner (Registrierungsnummer DE-V-0284), akkreditiert für den Bereich

-  46.3: Großhandel für Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren

bestätigt begutachtet zu haben, ob die Bodan Großhandel für Naturkost GmbH, wie in der aktualisierten Umwelterklärung angegeben, mit der Registrierungsnummer DE-165-00087, alle Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung (EMAS), zuletzt geändert durch die Verordnung (EU) 2018/2026 vom 19. Dezember 2018, erfüllt.

Mit der Unterzeichnung dieser Erklärung wird bestätigt, dass

-  die Begutachtung und Validierung in voller Übereinstimmung mit den Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 in Verbindung mit der Verordnung (EU) 2017/1505 sowie der Verordnung (EU) 2018/2026 durchgeführt wurden,
-  das Ergebnis der Begutachtung und Validierung bestätigt, dass keine Belege für die Nichteinhaltung der geltenden Umweltvorschriften vorliegen,
-  die Daten und Angaben der Umwelterklärung der Organisation ein verlässliches, glaubhaftes und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten der Organisation in der Umwelterklärung geben.

Diese Erklärung kann nicht mit einer EMAS-Registrierung gleichgesetzt werden. Die EMAS-Registrierung kann nur durch eine zuständige Stelle gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 erfolgen. Diese Erklärung darf nicht als eigenständige Grundlage für die Unterrichtung der Öffentlichkeit verwendet werden.

Bad Abbach, den _____

Dipl.-Ing. (FH) Thorsten Grantner
Umweltgutachter DE-V-0284

OmniCert Umweltgutachter GmbH | Kaiser-Heinrich-III.-Str. 4 | 93077 Bad Abbach | www.omnicert.de | info@omnicert.de |
Tel: +49 (0) 9405 955 82 0 | Fax: +49 (0) 9405 955 82 29 | Geschäftsführer: Dipl.-Ing. (FH) Thorsten Grantner

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Der BODAN Wertefluss	8
Abbildung 2: Luftaufnahme Firmengebäude und Betriebsgelände in Überlingen	8
Abbildung 3: BODAN Geschäftsleitungskreis	9
Abbildung 4: BODAN Standorte und Vertriebsgebiet.....	9
Abbildung 5: TOP 25 Naturkostgroßhandel	10
Abbildung 6: Großer Frische-Anteil.....	11
Abbildung 7: BODAN-Wesentlichkeitsanalyse 2020	16
Abbildung 8: EMAS-Urkunde.....	17
Abbildung 9: Auszeichnungen für nachhaltiges Wirtschaften.....	18
Abbildung 10: Anteile der Bio-Standards im Bereich Obst und Gemüse.....	22
Abbildung 11: Landkarte mit Anbau-Betrieben des WIR. Netzwerks.....	33
Abbildung 12: Eindrücke vom BODAN Partnerforum in 2019 und 2020.....	36
Abbildung 13: Eindrücke von einer Reise zu Anbaubetrieben in Andalusien	37
Abbildung 14: BODAN-Gebäude – interne Logistik am Firmensitz in Überlingen.....	48
Abbildung 15: Innovative Transport-Technologien im Einsatz.....	49
Abbildung 16: Bewertung von Umweltaspekten nach Bedeutung, prognostizierter Entwicklung und Gefährdungspotential	54
Abbildung 17: Beschäftigte nach Abteilungen.....	68
Abbildung 18: Beschäftigte nach Staatsangehörigkeit	69
Abbildung 19: Nachhaltige Mobilität für Mitarbeitende	79
Abbildung 20: BODAN Naschgarten beim naturnahen Firmengarten	90
Abbildung 21: Ausschnitt aus dem Gesellschaftsvertrag	94
Abbildung 22: Bio-Handelskultur bei BODAN	95
Abbildung 23: Partner im Verbund regionaler Großhändler „Die Regionalen“	102
Abbildung 24: Zukunftslabor 2019/2020	113
Abbildung 25: Filterbare Merkmale im Online-Shop.....	115
Abbildung 26: Unterwegs auf den Höfen des WIR. Netzwerks	126
Abbildung 27: Betriebseigene Photovoltaikanlage auf dem Firmendach.....	138
Abbildung 28: Mehrweg-Lösungen bevorzugt.....	141
Abbildung 29: Lärmmessung durch vereidigten Sachverständigen.....	145
Abbildung 30: Natürliche CO ₂ -Quelle.....	149
Abbildung 31: Treibhausgas-Emissionen unterschiedlicher Kraftstoffe.....	151

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anzahl Lieferant:innen	11
Tabelle 2: BODAN Wesentlichkeitsanalyse 2020	15
Tabelle 3: Obst und Gemüse im BODAN Sortiment nach Bio-Qualitäts-Siegeln	22
Tabelle 4: Die WIR. Höfe mit ihren besonderen Kulturen und Arbeitsschwerpunkten	33
Tabelle 5: Aufwendungen für Zukunftsprojekte	43
Tabelle 6: Förderung von Netzwerken mit Landwirtschafts-Bezug	44
Tabelle 7: Sponsoring für landwirtschaftliche Zwecke	44
Tabelle 8: Mitgliedsbeiträge und Patenschaften für landwirtschaftliche Zwecke	44
Tabelle 9: Direkte Umweltaspekte	52
Tabelle 10: Indirekte Umweltaspekte	54
Tabelle 11: Umweltziele und Umweltprogramm	55
Tabelle 12: Ausgewählte Entscheidungsgremien bei BODAN	88
Tabelle 13: Qualitäten, die über Bio hinausweisen	99
Tabelle 14: Unternehmenskooperationen und Ziele	102
Tabelle 15: Die zwölf umsatzstärksten Artikel aus dem BODAN-Sortiment	119
Tabelle 16: Produkte und Dienstleistungen mit Mehrwert	120
Tabelle 17: Externe Bezugsgruppen mit ihren Erfordernissen und Erwartungen	123
Tabelle 18: Kommunikationsmaßnahmen, erreichte Interessengruppen und Wirkung	123
Tabelle 19: Veranstaltungen des Netzwerks WIR. Bio Power Bodensee	125
Tabelle 20: Betriebsführungen bei BODAN in 2019 und 2020	126
Tabelle 21: binako-Veranstaltungen	126
Tabelle 22: Know-how-Transfer: Vorträge und Präsentationen	127
Tabelle 23: Interviews, Hintergrundgespräche und Beiträge für Medien	127
Tabelle 24: Interviews und Fragebögen für Studienarbeiten	129
Tabelle 25: Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens – Spenden	132
Tabelle 26: Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens – Sponsoring	133
Tabelle 27: Übersicht zum Stromverbrauch	139
Tabelle 28: Erdgasverbrauch	139
Tabelle 29: Stromverbrauch in CO ₂ -Äquivalenten	139
Tabelle 30: Papierverbrauch 2017-2020	140
Tabelle 31: Wasserverbrauch 2017-2020	140
Tabelle 32: Einsatz von Gummi-Spanngurten, Wickelstretchfolie und Seitenfaltensäcken	141
Tabelle 33: Abfallmengen	142
Tabelle 34: Gefährliche Abfälle	142
Tabelle 35: Flächenverbrauch	143
Tabelle 36: Fahrzeuge im Fuhrpark	144
Tabelle 37: Verbrauch verschiedener Kraftstoffe	145
Tabelle 38: Eingesetzte Kraftstoffe und deren Umweltwirkung	146
Tabelle 39: Emissionen nach Geltungsbereich	150
Tabelle 40: Materialfluss	152
Tabelle 41: Formen der Berichterstattung	155

Impressum

Herausgeberin:

BODAN Großhandel für Naturkost GmbH

Zum Degenhardt 26

88662 Überlingen

Tel: +49 7551 / 94 79-0

Fax: +49 7551 / 94 79-222

info@bodan.de

www.bodan.de

Redaktion:

Annika Woltjen, Jasmin Meyer, Sascha Damaschun, Volker Schwarz, Silva Schleider,

Stand: November 2021

NACE CODE Nr.: 46.3

Hauptbranchencode (WZ 2008):

WZ 463892 Großhandel mit Naturkost

Geschäftsführer:

Sascha Damaschun

Volker Schwarz

Nachhaltigkeitsmanagement:

Jasmin Meyer (jasmin.meyer@bodan.de)

Annika Woltjen (annika.woltjen@bodan.de)

© Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der BODAN GmbH