

GEMEINWOHLBILANZ



Märkisches Landbrot GmbH
(Vollbilanz)

Berichtszeitraum: 2016 - 2017

Januar 2021
Nils Wittke, Christoph Deinert

Inhalt

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	4
Kurzpräsentation des Unternehmens	4
Produkte / Dienstleistungen	4
Das Unternehmen und Gemeinwohl	5
Testat	5
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	9
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	9
Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	11
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	11
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferanten	11
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette	14
Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferanten	15
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	15
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	15
Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	17
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	17
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferanten	17
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	17
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	18
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung	18
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	18

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner	19
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	19
Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmitteln	20
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	20
B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen	20
B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung	21
Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	22
B4 Eigentum und Mitentscheidung	22
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	22
Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme	23
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	23
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	23
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz	25
C1.3 Diversität und Chancengleichheit	26
Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	27
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	28
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes	28
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit	31
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und der Work-Life-Balance	31
Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	32
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	32
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit	32
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz	33
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung	34
Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens	35
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	35
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz	35
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte	35
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden	36
Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates	36
D1 Ethische Kundenbeziehungen	36
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kunden	36
D1.2 Barrierefreiheit	38
Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen	38
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	38
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen	38
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen	40
Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	41

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	41
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz).....	41
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)	43
Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen....	44
D4 Kunden-Mitwirkung und Produkt-Transparenz	44
D4.2 Produkttransparenz	45
Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrstoffen.....	46
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	46
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben	46
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	48
Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	48
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	49
E2.1 Steuern und Sozialabgaben	49
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	49
Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung	50
Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention	50
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	51
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie	51
E3.2 Relative Auswirkungen	58
Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	58
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	59
E4.1 Transparenz.....	59
Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung	60
Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	61
Anhang	62
Anlage 1: Einkaufsstatistik MÄRKISCHES LANDBROT	62
Anlage 2: Spendenliste MÄRKISCHES LANDBROT	63
Ausblick	65
Kurzfristige Ziele	65
Langfristige Ziele	65
EU-Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)65	
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	66
Auditbericht.....	67
Verzeichnisse.....	99
Abbildungen	99
Tabellen.....	99

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

- Firmenname: MÄRKISCHES LANDBROT
- Rechtsform: GmbH
- Eigentumsform: Einzelinhaber
- Website: www.landbrot.de
- Branche: Bäckerei
- Firmensitz: Berlin
- Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 2016: 60; 2017: 60
- Vollzeitäquivalente: 2016:49; 2017: 49
- Saisonarbeitende: keine
- Zeitarbeitende: Keine
- Umsatz 2016: 8,3 Mio €; 2017: 8,5 Mio €
- Jahresüberschuss 2016: 512 T€; 2017: 517 T€
- Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: Museums-Bäckerei in Berlin-Pankow, BioLog Bio-Logistik GmbH (Auslieferung)

Hinweis:

Zur besseren Lesbarkeit wird in dem vorliegenden Gemeinwohlbericht auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Es wird das generische Maskulinum verwendet, wobei alle Geschlechter gleichermaßen gemeint sind.

Kurzpräsentation des Unternehmens

MÄRKISCHES LANDBROT ist traditionell eine Lieferbäckerei, die seit 1930 in Berlin-Neukölln ansässig ist. Seit 1981 verwenden wir ausschließlich ökologisch produzierte und zertifizierte Rohstoffe (EU-Bio, Bioland) und seit 1992 backen wir vorrangig in demeter-Qualität. Seit der Wiedervereinigung wird MÄRKISCHES LANDBROT auch seinem Namen wieder gerecht, denn das Getreide kommt seither größtenteils von Demeter-Höfen aus dem Umland, der Mark Brandenburg.

91 / 93 Prozent des verarbeiteten Getreides bezogen wir 2016 / 2017 von Demeter-Höfen aus Brandenburg und Sachsen. Der Jahresumsatz 2017 betrug rund 8,5 Millionen € (in 2016 rund 8,2 Millionen €). MÄRKISCHES LANDBROT gehört nach seiner Unternehmensgröße zu den kleinen und mittleren Unternehmen (KMU).

Produkte / Dienstleistungen

MÄRKISCHES LANDBROT backt seit 90 Jahren Brote, Brötchen und Kleingebäck. Ob mit deftigem Sauerteig, mildem Backferment oder leichter Hefe – das volle Aroma des gesunden Kornes kann sich in all unseren Produkten entfalten und liefert die Basis für schmackhafte, qualitativ hochwertige Vollwert-Backwaren.

Verschiedene Getreidekombinationen und ausgewählte Zutaten wie Mohn, Nüsse, Saaten oder Gewürze, gepaart mit handwerklicher Backkunst, geben jeder Sorte ihren unverwechselbaren Charakter.

Die Brote und Brötchen von MÄRKISCHES LANDBROT sind aufgrund der verwendeten, hochwertigen Rohstoffe sowie der schonenden Verarbeitung sowohl einer ausgewogenen, gesunden Ernährungs- als auch einer nachhaltigen Lebensform zuträglich.

Das Getreide beziehen wir überwiegend von Demeter-Höfen, aus der Region Berlin-Brandenburg. Davon kamen im Jahr 2016 91 Prozent aus der Region Berlin-Brandenburg, 4% aus Sachsen und 5% aus dem übrigen Deutschland.

Auf den hauseigenen Osttiroler Steinmühlen wird von erfahrenen Müllern täglich das ganze Korn schonend zu Schrot und Vollkornmehl vermahlen, welches dann von den Bäckern noch handwarm weiterverarbeitet wird.

Es wird ausschließlich Quellwasser aus dem hauseigenen Brunnen verwendet. Ein Wasserbelebungsverfahren energetisiert das Wasser und bereitet es entsprechend der Trinkwasserverordnung auf. Das Verfahren hat einen positiven Einfluss, denn das lebendige Wasser macht die Brote locker und bekömmlich und hebt das Lebensgefühl.

Stetig wechselnde Monats- und Jahreszeitenbrote, die regelmäßig saisonale Erzeugnisse in den Fokus stellen, bringen Abwechslung in das feste Sortiment, zu dem auch vier Müsli-Sorten zählen. Ferner erweitern wir unser Produktsortiment um Gebäck und Kuchen der auf dem Gelände ansässigen Biokonditorei Tillmann, sowie u.a. glutenfreie Backwaren weiterer Handelspartner.

Jeweils im Oktober findet die Sortimentsbereinigung statt. Wertvolle Anregungen geben dabei die Rückmeldungen unserer Kunden, mit denen wir uns in ständigem direkten Austausch befinden.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

MÄRKISCHES LANDBROT versteht sich als Pionier in sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit mit dem Fokus auf Fairness, Partizipation und Kooperation der Berührungsgruppen entlang der Wertschöpfungskette.

Die unternehmerischen Ziele und die Vision von MÄRKISCHES LANDBROT sind in den Firmenzielen und Umweltleitlinien festgeschrieben.

Unser oberstes Firmenziel ist: „MÄRKISCHES LANDBROT trägt durch konsequent ökologische Produktion mit biologischen Rohstoffen zur Gesundheit der Erde bei und dient mit seinen Produkten der Gesundheit und dem Wohlbefinden der Menschen.“

Unsere Prioritäten sind:

- Wir verarbeiten 100 Prozent ökologisch zertifizierte Rohstoffe zu 100 Prozent ökologischen Produkten.
- Unsere Produktion ist an ökologischen Grundsätzen ausgerichtet.
- Wir arbeiten nach den Grundsätzen unserer Firmenziele, des Umweltmanagementsystems (Öko Audit) und denen einer „lernenden Organisation“.

Dem Firmen-Slogan „Es gibt immer einen Anfang für das Bessere“ folgend, arbeitet MÄRKISCHES LANDBROT an einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess aller seiner Leistungen.

Seit 1992 ist MÄRKISCHES LANDBROT eine Demeter-Bäckerei und seit 2011 Gemeinwohl-bilanziert.

Die Negativkriterien der Gemeinwohl-Matrix trafen auf das Unternehmen nicht zu.

Testat

Das Testat ist die extern auditierte Ergebnisübersicht der Gemeinwohlabilanz eines Unternehmens. Bei der Bilanzierung wird der Umgang mit den Berührungsgruppen des Unternehmens auf den Grad der Einhaltung zentraler Werte unserer Gesellschaft hin bewertet. Das Ergebnis wird in Tabellenform dargestellt.

Die Gesamtbewertung von MÄRKISCHES LANDBROT liegt im Bewertungszeitraum bei 756 von 1.000 Punkten. Damit liegen wir weltweit unter den Top 5.



Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Märkisches Landbrot GmbH
	M5.0 Vollbilanz	2016-2017	Auditor*In: Angela Drosig-Plöckinger

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 70 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 100 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 100 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 90 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 90 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 20 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 70 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 10 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 70 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 100 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 90 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 90 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 60 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 100 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 80 %

Testat gültig bis:
31.10.2023

BILANZSUMME:
756

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: **u9jy**
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

Abbildung 1: Testat und Punkteübersicht

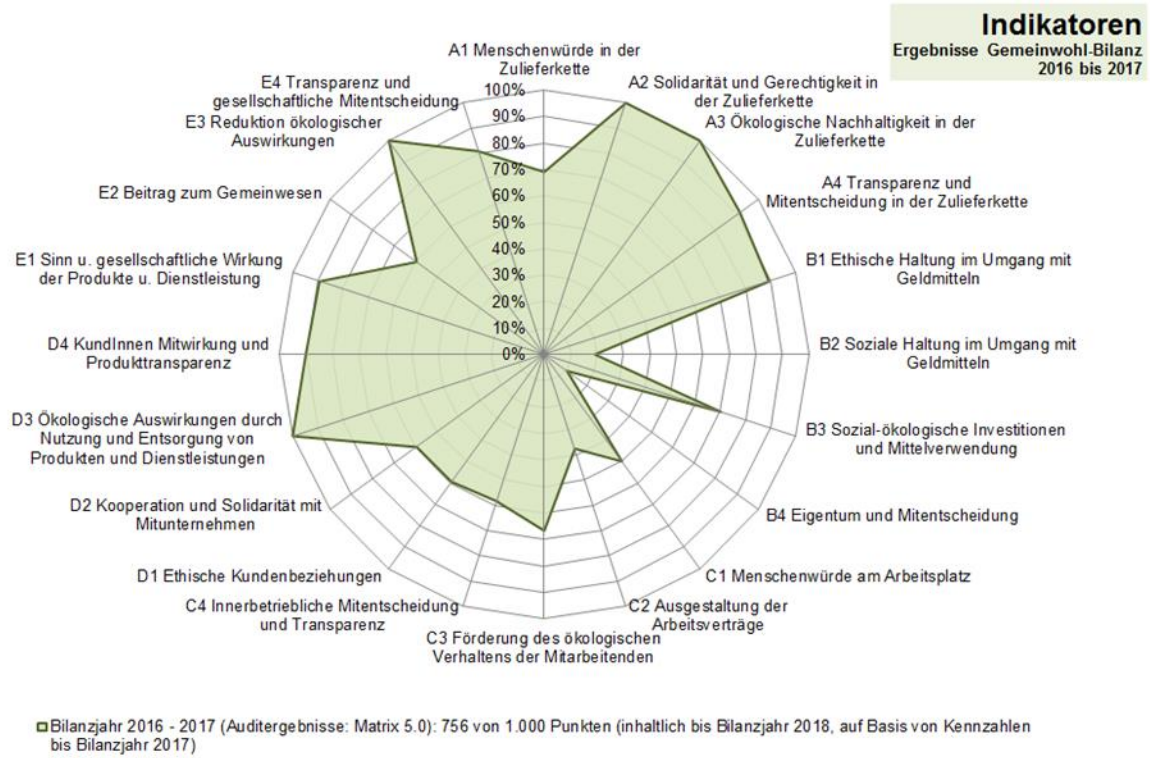


Abbildung 2: Übersicht Indikatoren 2016 bis 2017

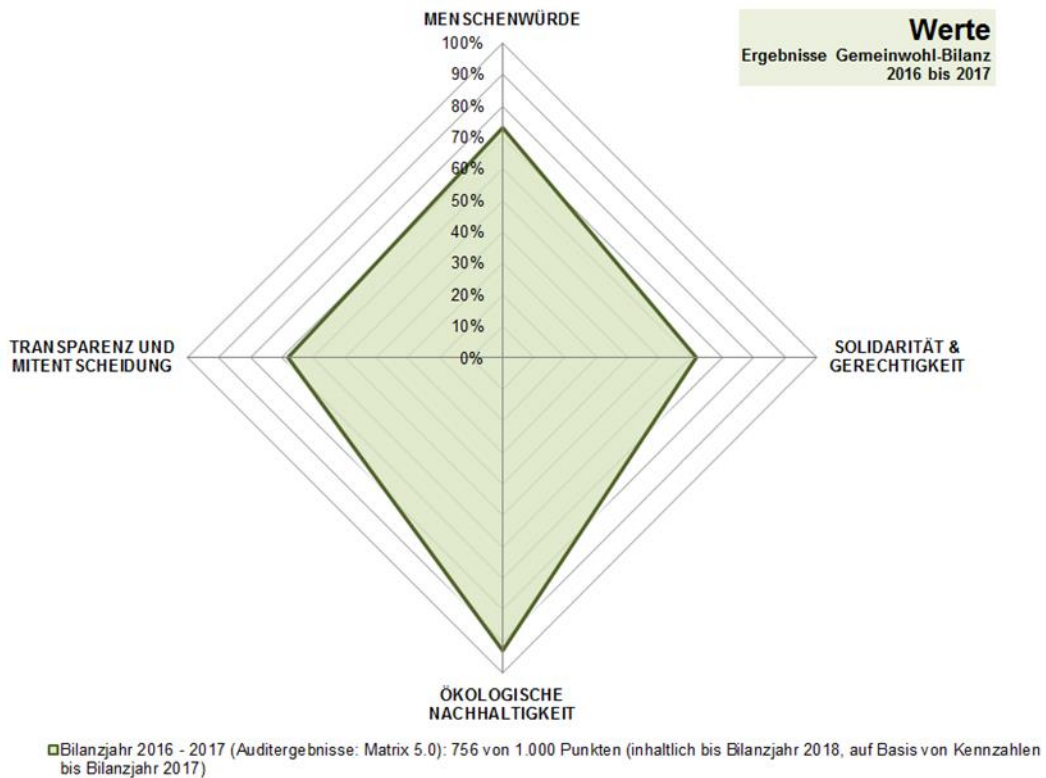


Abbildung 3: Übersicht Werte 2016 bis 2017

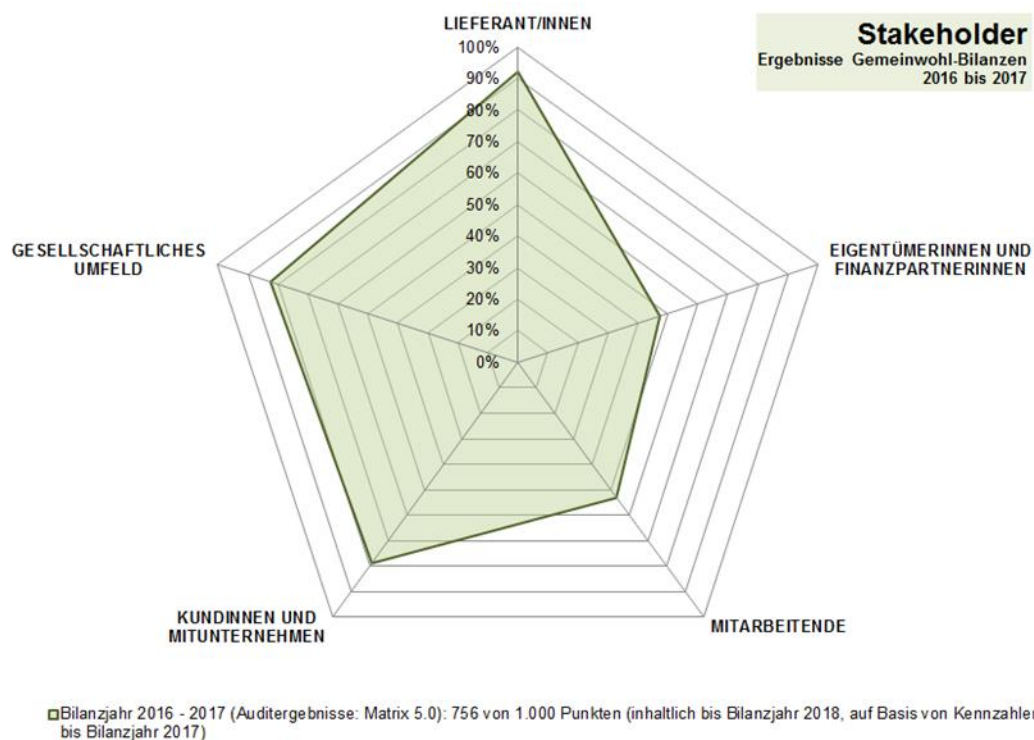


Abbildung 4: Übersicht Stakeholder 2016 bis 2017

Bewertung Auditorin

„MÄRKISCHES LANDBROT hat sich zum vierten Mal einem externen Audit der Gemeinwohl-Ökonomie gestellt. Dabei wurde deutlich, dass MÄRKISCHES LANDBROT ein Leuchtturm-Unternehmen im Umfeld der Gemeinwohl-Unternehmen ist.

Der letzte Bericht 2015 war schon auf einem sehr hohen Niveau, auf dem Verbesserungen in einigen Bereichen nur schwer vorstellbar sind. Doch es gibt immer noch Entwicklungspotenziale zu entdecken.

Trotz hohem Niveau als demeter-zertifizierter Betrieb ist Weiterentwicklung seit dem letzten Audit geschehen. Die Investitionen in eine neue energieeffizientere Backofenanlage trägt weiter zur Reduktion der ökologischen Auswirkungen bei. Die nicht vermeidbaren Emissionen werden kompensiert und dadurch ist eine CO₂-Äquivalent-Neutralität im gesamten Geschäftsbetrieb erreicht.

Das Bemerkenswerteste an MÄRKISCHES LANDBROT sind die gelingenden Beziehungen zu den Lieferant:innen. Als Initiator des „Runde Tisch Getreide“ mit den demeter-Bio-Bauern aus der Region ist sichergestellt, dass gegenüber den Lieferant:innen ein partizipativer Umgang gepflegt wird. Anders als bei üblichen Kooperationen mit der Landwirtschaft, können im Rahmen des „Runden Tisch Getreide“ Bauern selbst bestimmen, welchen Preis sie für eine nachhaltige Wirtschaftsweise brauchen und haben das Recht, diesen Preis festzulegen. Darüber hinaus sind sämtliche Informationen über MÄRKISCHES LANDBROT über die Website abrufbar, von Protokollen im Managementkreis bis zur Offenlegung der Kalkulation. Die gelebte Transparenz ist die Basis für vertrauensvolle gelingende Beziehungen gegenüber den Lieferant:innen, aber auch gegenüber anderen Berührungsgruppen und gegenüber der Öffentlichkeit.

Betreffend Wertorientierung nimmt MÄRKISCHES LANDBROT im ökologischen Bereich eine Spitzenposition ein. Durch das zertifizierte Umweltmanagementsystem EMAS (Eco Management and Audit Scheme) werden seit 1995 Umweltaspekte und Umweltauswirkungen erhoben und daraus eine kontinuierliche Verbesserung abgeleitet. Im Rahmen der Umweltforschung in Zusammenarbeit mit Universtäten wurde ein Carbon Footprint Rechner für Brot entwickelt, bei dem Konsumenten den ökologischen

Fußabdruck für Brot in Abhängigkeit ihres Einkaufsverhaltens berechnen können. Dieses Tool stellt eine absolute Pionierleistung in der ökologischen Nachhaltigkeit dar.

Eine weitere Pionierleistung ist im Bereich der Solidarität und Gerechtigkeit hervorzuheben. MÄRKISCHES LANDBROT ist ebenfalls Initiator der Kooperation „fair & regional“ in der sich Bio-Bauern in der Region Berlin-Brandenburg zu einem Label zusammengeschlossen haben, bei dem jährlich alle teilnehmenden Bauern bewerten, ob sie sich fair behandelt fühlen. Ebenso bahnbrechend ist die Vorgabe von Mindestlöhnen für kooperierende Transportunternehmen, die die Brote ausliefern.

Im wirtschaftlichen Bereich ist die hohe Eigenkapitalquote und die Beschränkung der Gewinnausschüttung als besonders gemeinwohlorientiert zu nennen.

Im Bereich Eigentum und Mitentscheidung ist die Vorbereitung einer Stiftungsgründung im Berichtszeitraum ein Schritt in Richtung gemeinwohlorientierte Eigentümerschaft. Das Eigentum an der MÄRKISCHES LANDBROT GmbH wird einer Stiftung übertragen und der Managementkreis von MÄRKISCHES LANDBROT wird im Stiftungsrat vertreten sein.

In Summe konnten 756 Gemeinwohl-Punkte erreicht werden, was zwar rein rechnerisch einen punktemäßigen Rückgang gegenüber der Bilanz 4.1 aus 2014/15 ausmacht. Durch die Änderung der Matrix und der Bewertungsmaßstäbe werden im Durchschnitt mit der Matrix 5.0 um 20% weniger Punkte erreicht gegenüber der Matrix 4.1.

Insgesamt hat MÄRKISCHES LANDBROT in diesem Berichtszeitraum bewiesen, dass Verbesserungen auch auf hohem Niveau möglich sind.“¹

Der vollständige Auditbericht findet sich in der Anlage.

Ergebnisse der vorherigen Bilanzierungen

- Bilanzjahr 2014 - 2016 (Auditergebnisse: Matrix 4.1): 773 von 1.000 Punkten (inhaltlich bis Bilanzjahr 2016, auf Basis von Kennzahlen bis Bilanzjahr 2015)
- Bilanzjahr 2012 - 2014 (Auditergebnisse: Matrix 4.1): 689 von 1.000 Punkten (inhaltlich bis Bilanzjahr 2014, auf Basis von Kennzahlen bis Bilanzjahr 2013)
- Bilanzjahr 2011 (Auditergebnisse: Matrix 4.0): 652 von 1.000 Punkten

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Unsere größten fünfzehn Einkaufsposten machen rund 80 Prozent des Gesamteinkaufsvolumens in Euro aus (Anlage 1: Einkaufsstatistik MÄRKISCHES LANDBROT):

	Einkaufsposten	Auswahlkriterien
1	Auslieferung	Mindestlohn von 10,50 Euro/Stunde für Fahrer und Subunternehmer, Ökologische Anforderungen an die Auslieferungsfahrzeuge (Erdgas, Elektro-LKW), Anhebung des Mindestbestellwerts, um die Umweltbelastung zu reduzieren
2	Handelsware	Demeter und Bio-zertifiziert, teils mit Label fair & regional

¹ Auszug Auditbericht MÄRKISCHES LANDBROT von Angela Drosch-Plöckinger, 2021

3	Getreide	überwiegend Demeter, mindestens aus kontrolliert biologischem Anbau, bevorzugt fair & regional
4	Zutaten	im Wesentlichen Demeter, mindestens kontrolliert biologischer Anbau (Ausnahme Meersalz aus Portugal)
5	Backofenanlage	Ökologische Effizienz
6	Strom	Kununu-Bewertung; https://www.kununu.com/de/lichtblick 100 Prozent Ökostrom von Lichtblick

Tabelle 1: Auszug Einkaufsstatistik (s.a. Anlage 1)

- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Um soziale Risiken in der Zulieferkette zu evaluieren nutzen wir verschiedene Wege. Für unser Getreide und unsere Zutaten gilt die Verpflichtung der Demeter-Zertifizierung. Der Demeter-Standard basiert auf anthroposophischen und ökologischen Grundsätzen. Zusätzlich zur Demeter-Zertifizierung sind die Bauern (Lieferanten) im Wesentlichen fair & regional Mitglieder.

Jährliche persönliche Besuche und Gespräche aller regionaler Bauern durch Katja Noll (Einkauf Getreide und Betriebsleitung Produktion) und Joachim Weckmann (Geschäftsführung) ermöglichen uns einen Einblick in die soziale Situation der Betriebe.

Der jährlich stattfindende Runde Tisch Getreide, initiiert vom Märkischen Wirtschaftsverbund fair & regional Bio Berlin-Brandenburg e.V., bietet unter anderem die Plattform zum Austausch. Die Bauern und Bäcker erzählen in der Befindlichkeitsrunde über den Stand des Getreides auf dem Feld und die ökonomische Situation der einzelnen Betriebe.

Seit 2008 haben wir Vereinbarungen mit den Auslieferungs-Logistikern und vertraglich das Recht zur Brennstoffwahl von Neufahrzeugen vereinbart. Fallen dadurch Mehrkosten an, werden sie von MÄRKISCHES LANDBROT getragen.

Jährlich mehrmals stattfindende Treffen zwischen allen Mitarbeitern der Auslieferung und der extern geleisteten Kommissionierung sorgen für einen regelmäßigen Austausch zwischen den Mitarbeitern und der Leitung von MÄRKISCHES LANDBROT.

- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei Lieferanten vorliegen?
MÄRKISCHES LANDBROT hat umfassende Einkaufsleitlinien² ausgearbeitet und nutzt verschiedene Wege, um die Lieferanten und sich selbst an soziale Kriterien zu binden. Ein ethisches Beschaffungsmanagement ist Teil unserer Unternehmensidentität. Dies spiegelt sich in unserer Firmenphilosophie („Es gibt immer einen Anfang für das Bessere“) wider und wird durch verschiedene Zertifizierungen von Externen bestätigt (Demeter, Bioland, EU-Bio, Gemeinwohl-Ökonomie GWÖ, Eco Management and Audit Scheme EMAS) sowie über eine interne Zertifizierung vom Märkischen Wirtschaftsverbund mit fair & regional).
Zusätzlich zu den Zertifizierungen überzeugt sich MÄRKISCHES LANDBROT jährlich durch persönliche Besuche bei den Bauern von den Bedingungen vor Ort. In den regelmäßig stattfindenden Gesprächen, z.B. am Runden Tisch Getreide, werden auch soziale Themen besprochen wie beispielsweise die Notwendigkeit von

² s. Vorrangregelung: A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferanten

Überbrückungshilfen bei schlechten Ernten.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ):

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform: siehe Anlage 1 Einkaufsstatistik 2016 und 2017
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden: Insgesamt werden rund 90 Prozent³ der Einkaufspositionen unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt.

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

In der Logistik-Branche gibt es generell ein Risiko für zu geringe Gehälter der Fahrer.

Wir begegnen diesem Risiko mit einer vertraglich festgehaltenen Einflussnahme auf das Subunternehmen. Dadurch haben wir die Befugnis, Einblick in die Gehälter und die Fahrzeiten zu erhalten und einen Mindestlohn festzulegen und überprüfen zu können. Inzwischen ist der Mindestlohn der Auslieferungs-Logistik an den Mindestlohn von MÄRKISCHES LANDBROT (aktuell 10,50 Euro/Stunde) angeglichen.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferanten

MÄRKISCHES LANDBROT arbeitet seit der Unternehmensgründung regional und mit fairen, zunehmend transparenten Preisen in etablierten, direkten Beschaffungsstrukturen. Seit 2007 engagiert sich MÄRKISCHES LANDBROT im Rahmen des Märkischen Wirtschaftsverbands [fair & regional Bio Berlin-Brandenburg e.V.](#), ein größeres Netzwerk für

fairen Handel in Berlin und Brandenburg zu knüpfen. Viele der uns beliefernden Landwirte haben sich zur Einhaltung der fair & regional Charta verpflichtet. Inzwischen ist die Initiative über die regionalen Grenzen hinaus bekannt und gilt als Vorbild für nachhaltiges Wirtschaften. In Sachsen wurde bereits eine weitere Initiative nach den Werten von fair & regional Bio Berlin-Brandenburg ins Leben gerufen. Seit 2013 findet eine anonyme Bewertung der Fairness der Einkäufer (also uns) durch die Bauern statt – eine fundamentale Verschiebung des Machtverhältnisses.

Jährlich besuchen Katja Noll (Qualitätssicherung) und Joachim Weckmann (Geschäftsführung) die Landwirte persönlich. Hier werden die Felder und Lagerflächen angesehen, über den Stand des Getreides und über erwartete Erntemengen gesprochen. Persönliche und ge-



Abbildung 5: Grafik: Logo fair & regional für Partnerbetriebe des Märkischen Wirtschaftsverbands e.V.



Abbildung 6: Runder Tisch Getreide 2017

³ s. Anlage 1: Einkaufsstatistik MÄRKISCHES LANDBROT, Jahr 2017, faire Arbeitsbedingungen

schäftliche Herausforderungen werden dabei offen thematisiert. Die Bauernbesuche bilden eine Grundlage für das sommerliche Treffen aller Landwirte bei MÄRKISCHES LANDBROT am [Runden Tisch Getreide](#). Neben den Bauern, die MÄRKISCHES LANDBROT beliefern, ist die Runde auch für andere Bäcker offen. Seit 2013 nehmen alle Demeter-Bäckereien Berlins, außerdem die nach Berlin liefernde Demeter-Bäckerei Vollkern aus Rohrlack (Brandenburg) an der Runde teil.

Am Runden Tisch Getreide diskutieren wir gemeinsam kritisch Getreidequalitäten und führen einen Abgleich zwischen den von den Landwirten erwarteten Erntemengen und den in der Backstube benötigten Mengen durch. Die langfristigen Preisvereinbarungen mit unserer wichtigsten Berührungsgruppe, den Landwirten, sind auf unserer Website veröffentlicht ([Geschäftspolitik Zulieferer](#)).

2009 wurde am Runden Tisch Getreide beschlossen, sich bei der Preisfindung unabhängig von schwankenden Marktpreisen zu machen, die weder die Bedürfnisse der Landwirte noch die der Bäckerei widerspiegeln und lediglich von Nachfrage und Angebot auf den Weltmärkten bestimmt werden. Die vereinbarten Preise für Roggen, Weizen und Dinkel sollen den Landwirten ein gutes Einkommen sichern und angemessene Rohstoffpreise für die Bäcker sein. So wurden seitdem unbefristete Preise vereinbart. Dabei werden die Getreidepreise gemeinsam von den Demeter-Bauern festgelegt. Passt die Vereinbarung für einen Geschäftspartner nicht mehr, wird die Runde einberufen und neu verhandelt.

Die Starkregenereignisse im Herbst 2017 führten dazu, dass viele Landwirte Schwierigkeiten damit hatten, die Ernte einzuholen und die Herbstbestellung nur unter erschwerten Bedingungen bis gar nicht stattfinden konnten.

Im Nachgang des Runden Tisches Getreide 2017 einigten sich Bäckereien und Bauern, darauf die Getreidepreise um 5 Prozent anzuheben.

Das [Gesprächsprotokoll vom Runden Tisch Getreide](#) wird jährlich veröffentlicht, um anderen Bauern eine Orientierungshilfe für ihre Verhandlungen zu geben.

Für den regionalen Bezug von Rohstoffen ist MÄRKISCHES LANDBROT bei gleicher Qualität bereit, bis zum fünffachen Einkaufspreis gegenüber überregionalen Rohstoffen zu bezahlen.

MÄRKISCHES LANDBROT bemüht sich kontinuierlich um einen fairen Umgang mit allen anderen Geschäftspartnern wie z.B. Bäckerkollegen.

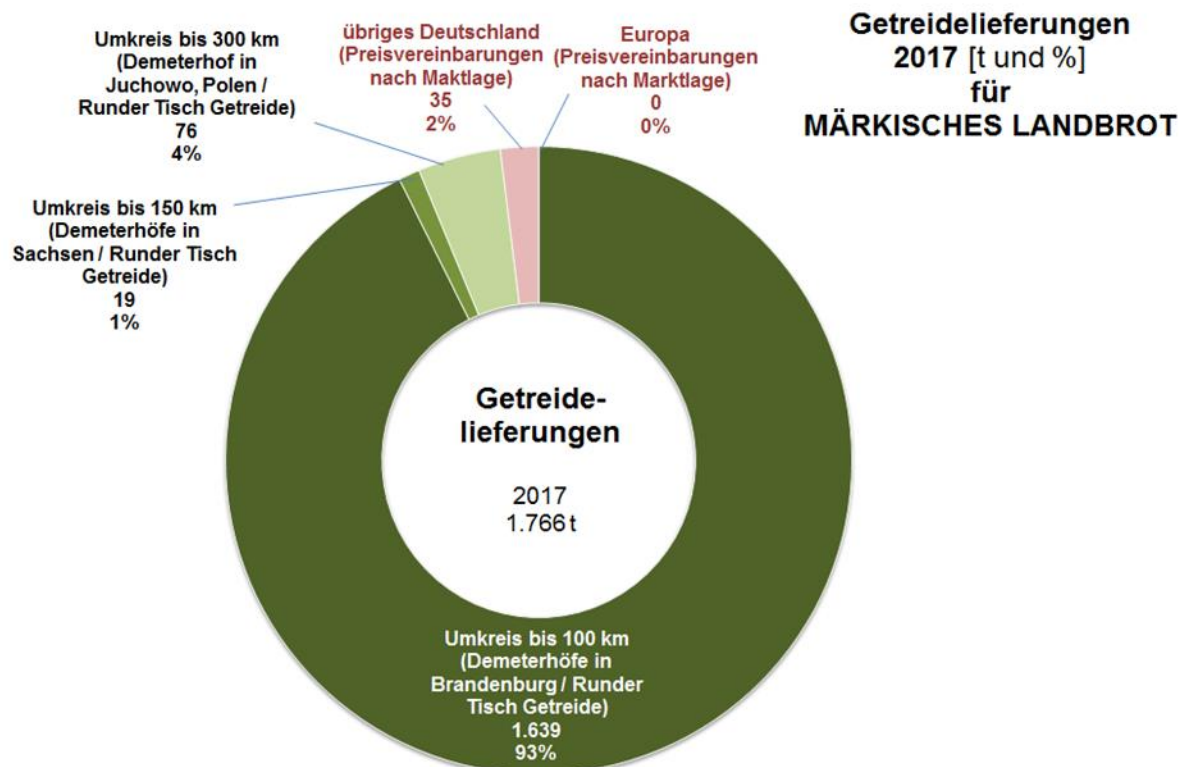


Abbildung 7: Übersicht Herkunft Getreidelieferungen 2017

Im Jahr 2016 kamen 91 Prozent des Getreidebedarfes aus der Region Brandenburg, vier Prozent aus Sachsen decken und fünf Prozent kamen aus dem übrigen Deutschland.

Die beim Runden Tisch Getreide beschlossene Vorrangregelung⁴ für den Kauf von Getreide entspricht folgender Reihenfolge:

1. Qualität, 100 Prozent demeter-Getreide
2. Getreide aus biologisch-dynamischer Züchtung und Sondersorten aus Brandenburg
3. fair & regional- erzeugtes Getreide von Bauern aus dem Märkischen Wirtschaftsverbund e.V.
4. Getreide aus Brandenburg
5. Getreide aus biologisch-dynamischer Züchtung und Sondersorten aus Sachsen und Juchowo / Polen
6. Getreide aus Sachsen und Juchowo / Polen
7. Getreide aus dem übrigen Deutschland
8. Getreide aus Europa

Unter dieser Prämisse bezogen wir 2017

- 93 Prozent fair & regional erzeugtes Getreide aus Brandenburg
- 1 Prozent aus Sachsen (Preisfindung am Runden Tisch Getreide)
- 4 Prozent aus unserem Demeter-Partnerbetrieb im polnischen Juchowo (Preisfindung am Runden Tisch Getreide)
- 2 Prozent aus dem übrigen Deutschland (zu üblichen Marktpreisen)
- 0 Prozent aus dem übrigen Europa

Im Jahr 2016 waren die Anteile leicht verschoben: 91 Prozent fair & regional, 4 Prozent aus Sachsen, 5 Prozent aus dem übrigen Deutschland).

⁴ s. <https://www.landbrot.de/oekonomie/marktpraesenz/geschaeftpolitik-zu-auslieferung/getreide.html>

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ):

- Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten beträgt rund 15 Jahre.⁵

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

MÄRKISCHES LANDBROT arbeitet nach einem Total Quality Environmental Management (TQEM)⁶. Das TQM (Total Quality Management) ist ein Ansatz, der Qualität als Maxime in den Mittelpunkt stellt und davon ausgeht, dass höhere Qualität Kunden zufriedenstellt und den Nutzen für die Mitarbeiter sowie für die Gesellschaft erhöht und damit langfristigen Geschäftserfolg garantiert. Dazu gehört auch die Fairness gegenüber den Lieferanten. MÄRKISCHES LANDBROT sieht sich hier in einer besonderen Rolle und fordert nicht nur Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette, sondern lebt dies auch selbst (z.B. über die Demeter-Anforderungen, den Runden Tisch Getreide und das Engagement für fair & regional).

Folgende Maßnahmen sollen hier beispielhaft darstellen, wie wir kontinuierlich daran arbeiten, Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette zu stärken.

Ein Grundpfeiler der Geschäftsidee ist die Demeter-Zertifizierung (MÄRKISCHES LANDBROT ist eine Demeter-Bäckerei). Der Demeter-Standard ist nicht als reines Bio-Siegel zu verstehen, sondern umfasst – basierend auf anthroposophischen Weltanschauungen – auch den Anspruch auf soziale Gerechtigkeit und Solidarität. Die Demeter-Zertifizierung bedeutet, dass nahezu ausschließlich bei Demeter-zertifizierten Unternehmen eingekauft wird (im Lebensmittelbereich), die den gleichen Grundwerten folgen.

Mit dem mindestens jährlich stattfindenden Runden Tisch Getreide wird mit den Bauern eine faire Wirtschaftsbeziehung gelebt.

Zusätzlich bestätigt das Label fair & regional, dass Fairness ein wichtiger Bestandteil der Wirtschaftsbeziehungen von MÄRKISCHES LANDBROT ist. Das Logo fair & regional dürfen ausschließlich Unternehmen verwenden, deren Hauptzulieferer (bei MÄRKISCHES LANDBROT die Bauern) in einer anonymen Rückmeldung an den Märkischen Wirtschaftsverbund bestätigen, dass sie sich von MÄRKISCHES LANDBROT fair behandelt fühlen (mehr zu fair & regional s, A2.1).

Mit den Logistik-Unternehmen hat MÄRKISCHES LANDBROT bereits seit dem Jahr 2012 einen Mindestlohn von 8,50 Euro je Stunde vereinbart. Dieser wurde seitdem in mehreren Schritten auf heute 10,50 Euro je Stunde erhöht (Stand 01.10.2019). Die den Auslieferungs-Unternehmen dadurch entstehenden Mehrkosten werden von MÄRKISCHES LANDBROT vollständig übernommen. Für die Einhaltung dieser Vereinbarung ist mit den Fuhrunternehmen vereinbart, dass nicht mehr als eine Subunternehmer-Ebene zulässig ist und für die Subunternehmer ebenfalls der vereinbarte Mindestlohn gelten muss. Das Recht zur Nachprüfung dieser Vereinbarung in den Lohnbuchhaltungs-Unterlagen der Auslieferungs-Unternehmen ist MÄRKISCHES LANDBROT vertraglich jederzeit zugesichert.

Der Ökostrom-Lieferant (Position 6 der größten Einkaufspositionen) ist das Familien-Unternehmen Lichtblick.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ):

- Der Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches

⁵ Anlage 1: Einkaufsstatistik MÄRKISCHES LANDBROT, Einkaufsstatistik 2017

⁶ <https://www.landbrot.de/ueber-uns/management.html>

Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, beträgt rund 41 Prozent⁷ (Anteil fair & regional, Demeter).

- Der Anteil der Lieferanten, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden, beträgt rund 100 Prozent, da mit allen die ökologisch-soziale Ausrichtung von MÄRKISCHES LANDBROT kommuniziert wurde (Gemeinwohl-Bericht).

Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferanten

Besonders in den Bereichen, in denen MÄRKISCHES LANDBROT eine vermeintliche Marktmacht hat (Einkaufspositionen 1, 2, 3, 4)⁸, werden sehr enge und direkte Kontakte zu den Lieferanten gepflegt und MÄRKISCHES LANDBROT – im Falle des Getreides - an den Anforderungen von fair & regional gemessen. Die Ausnutzung von Marktmacht versucht MÄRKISCHES LANDBROT dadurch zu vermeiden.

Mit dem Label fair & regional für MÄRKISCHES LANDBROT ist gewährleistet, dass alle dem Märkischen Wirtschaftsverbund angeschlossenen Bauern in einer schriftlichen und anonymen Wahl MÄRKISCHES LANDBROT als fairen Partner bewertet haben.

Diese Wahl wird jährlich beim Runden Tisch Getreide unter Aufsicht der Geschäftsführerin des Märkischen Wirtschaftsverbundes Dr. Sassa Franke gemeinsam mit allen Bauern wiederholt.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Für die Brote ist Getreide der Hauptrohstoff. Das Getreide stammt – wenn Qualität und Erntemengen dies zulassen – vollständig aus Demeter-zertifiziertem Anbau. Der größte Anteil des Getreides (2017: 93 Prozent), ein Prozent aus Sachsen, vier Prozent vom Demeter Hof Juchowo in Polen und 2 Prozent aus dem übrigen Deutschland., (siehe hierzu *Abbildung 7: Übersicht Herkunft Getreidelieferungen 2017, Seite 13*).

Wasser ist mit rund 40 Prozent die zweite Hauptzutat der Brote. Es lässt das Getreide aufquellen und ist der Grundstoff für die Entwicklung des nötigen Weizenklebers, der das Brot zusammenhält. Während des Backens verdunstet ein Teil des Wassers. Für den Bezug von qualitativ hochwertigem Wasser wurde 2006 ein eigener, 80 Meter tiefer Brunnen gebohrt. Seitdem bezieht MÄRKISCHES LANDBROT vor Verunreinigungen geschütztes Quellwasser, das unterhalb von zwei undurchlässigen Erdschichten fließt. Anstatt kilometerweit durch ein teils veraltetes Leitungssystem zu fließen, legt das Quellwasser bei MÄRKISCHES LANDBROT nur eine Strecke von 100 Metern zurück, bis es in den Brotteig gelangt. In einer modernen Filteranlage wird es von Sedimenten, Mangan und Eisen befreit. In der Wasseraufbereitungsanlage finden wöchentlich externe Gütekontrollen der Trinkwasserqualität statt.⁹

Nach der Filterung wird das Wasser durch eine von Dr. Alex Beck und Christoph Deinert entwickelte [Wasserbelebungsanlage](#) geleitet, um wieder einen natürlichen Zustand zu erreichen. Hier kann das Wasser Informationen über Bewegungsdynamik aufnehmen, so als würde es in einem kleinen Quellbach fließen. Dabei fließt das Wasser durch zwei transparente Steigrohre, die mit Flusskieseln von den Getreidefeldern aus Brodowin

⁷ s. Einkaufsstatistik, 2017

⁸ s. Tabelle 1: Auszug Einkaufsstatistik (s.a. Anlage 1)

⁹ Ende 2019 mussten wir die Brunnenanlage aufgrund von Schadstoffeintrag durch Bauarbeiten am Autobahndreieck Grenzallee vorübergehend stilllegen. Im nächsten GWÖ-Bericht berichten wir mehr.

(Brandenburg), Halbedelsteinen und Edelsteinen¹⁰ bestückt sind.

Unsere weiteren Zutaten erfüllen ebenfalls Demeter-Standard (aktuell höchster Bio-Standard), sind Bioland-zertifiziert und tragen sowie das EU-Biosiegel.

Mit den Auslieferungs-Unternehmen arbeitet MÄRKISCHES LANDBROT bereits seit 2008 sehr eng zusammen, um die ökologischen Auswirkungen der Mobilität so gering wie möglich zu halten. Mit den Auslieferungs-Unternehmen ist vertraglich vereinbart, dass MÄRKISCHES LANDBROT das Recht hat, die Brennstoffwahl von Neufahrzeugen zu bestimmen. Die gegebenenfalls anfallenden Mehrkosten werden von MÄRKISCHES LANDBROT getragen. Ergebnis dieser Politik ist ein Fuhrpark, der unsere Kunden bereits zu 74 Prozent angetrieben mit Erdgas oder Ökostrom beliefert.

Für unsere Backöfen verwenden wir 100 Prozent Ökostrom von der Firma Lichtblick.

Um ökologische Risiken in der Zulieferkette zu identifizieren, finden zusätzlich zu den direkten Besuchen und Gesprächen mit den Bauern Prüfungen durch den Demeter-Verband bei den Zulieferern und bei MÄRKISCHES LANDBROT und zusätzlich jährliche Umweltbetriebsprüfungen (nach Eco-Management and Audit Scheme EMAS) statt.

Die oberste Priorität gilt der Produktqualität. Daher finden bei MÄRKISCHES LANDBROT regelmäßig unangemeldete Qualitätskontrollen sowie Hygieneprüfungen durch interne sowie externe Prüfer statt. So wird die Einhaltung der gesetzlichen, verbandsbedingten und auch firmeneigenen Anforderungen gesichert. Dadurch können auch im Betrieb ökologische Risiken aus der Lieferkette erkannt werden.

Die Wahl der Lieferanten richtet sich nach dem Gütesiegel Demeter: Die Anbau- und Verarbeiter-Richtlinien von Demeter fordern ein anthroposophisch ausgerichtetes, ökologisches und faires gemeinsames Wirtschaften. Die Bauern werden ebenfalls regelmäßig durch den Demeter-Verband überprüft.

Demeter-zertifizierte Rohstoffe entsprechen dem höchsten ökologischen Standard. Die Felder werden biologisch-dynamisch bewirtschaftet, ohne Pestizide und unter strikter Ablehnung von gentechnisch manipulierten Organismen (GMO-Sorten). Getreide-Hybridsorten sind verboten, samenfeste Sorten werden empfohlen. Mit Blick auf den Humusgehalt, die Artenvielfalt und das Mikroklima ist der Demeter-Anbau die ökologisch wertvollste Art der Bewirtschaftung. Die Abhängigkeit von Saatgutkonzernen wird durch den Anbau samenfester Getreidesorten vermieden. MÄRKISCHES LANDBROT hatte 2017 mit 41 Prozent einen sehr hohen Anteil an samenfesten Sorten aus biodynamischer Züchtung. Der Anteil der erhaltenswerten, alten Getreidesorten wie z.B. Dinkel und Emmer lag mit 24 Prozent ebenfalls hoch.

Mit Blick auf die Backprozesse beschränken die Demeter-Verarbeitungsrichtlinien den Einsatz von Backhilfs- und Zusatzstoffen im Vergleich zu allen anderen Anbauverbänden am stärksten. Außerdem ist Frosterware – also Teiglinge, die später in den Läden aufbacken werden – aus qualitativen Gründen nicht erlaubt.

Der gesamte Betrieb wird ständig intern und extern unter ökologischen Gesichtspunkten überprüft und auf ökologische Ziele ausgerichtet. Dabei unterstützen uns die EU-BIO-Verordnung, die Demeter-Richtlinien, die Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), das Eco Management and Audit Scheme (EMAS) und die ISO 14001 Norm. Jährlich laden wir den regionalen, unabhängigen Umweltgutachter GUTCert in unseren

¹⁰ Apatit, Magnesit, Moosachat, Bergkristall, Rosenquarz und Vesuvian stärken die Kräfte in unserem Brot, die unseren Kunden bei der Verdauung und Entschlackung helfen sollen. In separaten, vom Wasserstrom getrennten Behältnissen sind in einem Quarzsandbad Pyrit-Sonne und Sandrose positioniert, um die aufgenommenen Energien zu verstärken und zu harmonisieren.

Betrieb ein, begehen gemeinsam das gesamte Betriebsgelände und prüfen die Unterlagen des betrieblichen Umweltmanagements nach den EMAS-Anforderungen. Alle zwei Jahre lassen wir unsere Gemeinwohl-Bilanz (nach der Gemeinwohl-Ökonomie GWÖ) extern prüfen.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ):

Der gewichtsbezogene Demeter-Anteil aller verarbeiteten Rohstoffe lag 2017 bei 93 Prozent (2016 94 Prozent). Der verarbeitete Rohstoffanteil ohne Bio-Siegel lag bei zwei Prozent. Dabei handelte es sich ausschließlich um naturbelassenes Meersalz aus Portugal (nicht bio-zertifizierbar). Alle übrigen Rohstoffe hatten mindestens EU-Bio-Qualität. Das gesamte Lebensmittelwasser kommt aus eigenem Brunnen. Ziel ist es, zukünftig das mit Mikroplastik belastete Meersalz aus Portugal durch regionales Steinsalz aus Sachsen zu ersetzen.

Der umsatzbezogene Anteil ökologisch höherwertiger Produkte betrug 2017 ca. 98 Prozent

Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Uns sind keine unserer Lieferanten bekannt, die zu besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen beitragen. Dafür wissen wir, dass sehr viele (vielleicht sogar alle) unserer Lieferanten zur Verbesserung der Ökologie beitragen.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferanten

Zur Firmenpolitik von MÄRKISCHES LANDBROT gehört ein sehr hohes Maß an Transparenz, Dialog und Mitbestimmung. Im Hinblick auf die Lieferanten gibt es einen direkten Dialog mit den Bauern (Hauptlieferanten), den Auslieferungs-Unternehmen und den Lieferanten der sonstigen Lebensmittel.

Besonders mit den Bauern besteht ein institutionalisierter gegenseitiger Austausch. Am Runden Tisch Getreide werden Abnahmemengen der verschiedenen Getreidesorten, Preise und Qualitäten direkt gemeinsam besprochen und entschieden. Das Label fair & regional erhält MÄRKISCHES LANDBROT nur, wenn alle Bauern in einer anonymen Abstimmung bestätigen, dass sie sich fair behandelt fühlen. Bisher wurde MÄRKISCHES LANDBROT bei jedem Runden Tisch Fairness bescheinigt, und die Brote konnten als fair & regional ausgezeichnet werden

Zusätzlich zum Runden Tisch Getreide finden jeweils im Vorfeld im Sommer Vor-Ort-Besuche bei den Bauern statt, die weitere Möglichkeiten zu Austausch und gemeinsamer Weiterentwicklung bieten.

Darüber hinaus schaffen wir weitgehende Transparenz über die Inhalte unserer Website. In Kooperationen sind wir gemeinsam organisiert und stimmen uns über Branchenziele ab.¹¹

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

Die verschiedenen Standards, die MÄRKISCHES LANDBROT als Demeter-Bäckerei (Demeter, Bioland, EU-Biosiegel) erfüllt, sorgen für ein Höchstmaß an Transparenz in der gesamten Lieferkette und stellen sicher, dass Verbesserungspotentiale schnell

¹¹ s.a. <https://www.landbrot.de/ueber-uns/kooperationen-netzwerke.html>

erkannt werden. Die Anforderungen, die MÄRKISCHES LANDBROT erfüllen muss, müssen auch die Lieferanten und deren Lieferanten erfüllen.

Die Selbstverpflichtung zu fair & regional schafft ergänzend zu den oben genannten Standards weitere Transparenz in der Zulieferkette. MÄRKISCHES LANDBROT lebt ein hohes Maß an Transparenz. Der Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt, liegt wie bereits beschrieben bei 90 Prozent. Der Anteil der Lieferanten, mit denen MÄRKISCHES LANDBROT einen transparenten und partizipativen Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden, liegt ebenfalls bei über 90 Prozent.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ):

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt: 62 Prozent.¹²
- Anteil der Lieferanten, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: über 90 Prozent.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Die Eigenkapitalquote im Jahr 2016 betrug 77 Prozent und 71 Prozent im Jahr 2017 (2018: 72 Prozent). Sie liegt damit weit über dem Durchschnitt vergleichbarer Unternehmen.

Im Sinne einer ökonomischen, ökologischen und sozialen Ausgeglichenheit strebt MÄRKISCHES LANDBROT eine Eigenkapitalquote von mindestens 50 Prozent an (Verhältnis von Eigenkapital zu Bilanzsumme).

Ein Zahlungsmittelüberschuss der wirtschaftlichen Leistung (operativer Cashflow) von mehr als 15 Prozent übersteigt die notwendige ökonomische Sicherheit von MÄRKISCHES LAND-BROT und ist – zu Gunsten der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit – nicht gewollt. Bei Überschreiten dieses Grenzwertes wird von der Geschäftsleitung entsprechend gegengesteuert. In diesem Fall wird in den Betrieb reinvestiert oder weitergegebene Werte wie Löhne, Rohstoffpreise oder Verkaufspreise werden angepasst.

Unternehmensgewinne werden nicht aus dem Unternehmen herausgenommen, sondern wie oben beschrieben reinvestiert.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ):

- Die Eigenkapitalquote im Jahr 2016 betrug 77 Prozent und 71 Prozent im Jahr 2017 (2018: 72 Prozent)
- Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil der Branche liegt bei ca. 45 Prozent¹³.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Unsere Fremdfinanzierung besteht in 2016 (21,3 Prozent) überwiegend aus Rückstellungen und einem Darlehen des Eigentümers und eines Darlehens einer befreundeten Bäckerei. Im Jahr 2017 besteht die Fremdfinanzierung (28,8 Prozent) überwiegend aus Darlehen von der Triodos Bank und des Eigentümers und zusätzlich noch aus Verbindlichkeiten. Es bestehen keine Kredite bei konventionellen Banken.

¹² s. Tabelle 1: Auszug Einkaufsstatistik (s.a. Anlage 1)

¹³ Aussage der Firma Statista, bezogen auf den Mittelstand

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner

MÄRKISCHES LANDBROT arbeitet mit den beiden Ethikbanken GLS Gemeinschaftsbank und der Triodos Bank zusammen. Aus Gründen der Sicherheit und Flexibilität führen wir ein weiteres Konto bei der Commerzbank.

Bankinstitut	Umsatzanteil	
	2016	2017
GLS Gemeinschaftsbank	97 Prozent	94 Prozent
Triodos Bank	0 Prozent	2 Prozent
Commerzbank	3 Prozent	4 Prozent

Tabelle 2: Umsatzanteile bei den Banken

Die GLS Bank hat ein Top-Ranking im Fair Finance Guide erhalten.¹⁴

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Der Eigentümer Joachim Weckmann erhält eine Eigenkapitalverzinsung, die in den letzten Jahren bei sechs Prozent lag. Die Verzinsung für die von MÄRKISCHES LANDBROT in Anspruch genommenen privaten Kredite vom Eigentümer beträgt vier Prozent.

	2016	2017
Zukunftsausgaben		
Getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. Euro)	10	12
Anlagenzugänge (in Tsd. Euro)	243	637 ¹⁵
Zuführung zur Rücklage (in Tsd. Euro)	0	0
Auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. Euro)	173	194
...und in Prozent vom Eigenkapital	7 ¹⁶	7 ¹⁷

Tabelle 3: Zukunftsausgaben 2016 bis 2017

In den Jahren 2016 bis 2017 wurden Zukunftsausgaben (strategischer Aufwand und Anlagenzugänge) in Höhe von 902 T€ getätigt.

Für die Backofenanlage wurde ein Darlehen bei der Triodos Bank von 364 T€ gewährt. Im Gegenzug wurde die Anlage aufgrund der Energieeinsparung mit 90 T€ bezuschusst.

Die Eigenfinanzierung der Zukunftsausgaben lag in den beiden Jahren im Durchschnitt also bei 70 %. Das ist für MÄRKISCHES LANDBROT ein außergewöhnlich niedriger Wert, da in der Regel keine Fremdfinanzierung benötigt wird.

¹⁴ s. <https://www.fairfinanceguide.de/>

¹⁵ inkl. 25.000 € Geschäftsanteil BioLog (Gründung Logistikunternehmen als 100%ige Tochter)

¹⁶ inkl. 1 % Altersvorsorgebetrag

¹⁷ inkl. 1 % Altersvorsorgebetrag

Zukunftsausgaben	2018	2019	2020	2021
	[€]	[€]	[€]	[€]
Investitionen in Anlagen	231.000	626.000	166.000	500000
Schulungen (Seminarkosten)	10.000	8.000	3.000	3000
Coaching in Personal	39.000	38.000	15.000	15000
Summe	280.000	672.000	184.000	518.000

Tabelle 4: Zukunftsausgaben 2018 bis 2021

Für die Zukunftsausgaben der Jahre 2018 bis 2021 ist keine Fremdfinanzierung erfolgt und auch nicht geplant. Die Eigenfinanzierungsquote liegt bei 100 %.

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Bei MÄRKISCHES LANDBROT wird darauf geachtet, eine faire Verteilung von Geldmitteln zu gewährleisten.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Ökologische Kriterien sind beim MÄRKISCHES LANDBROT Grundvoraussetzung für alle Entscheidungen.

In den Jahren 2016 bis 2017 wurden zwei große Investitionen getätigt, die zu einer wesentlichen ökologischen Verbesserung beigetragen haben.

In 2016 wurde eine Kistenwaschanlage angeschafft. Dabei wurde das Durchlaufsystem – bei dem die Kisten über ein Fließband einzeln durch die Kistenwäsche liefen - ersetzt durch eine Anlage, in die die Kisten palettenweise reingefahren werden können, sodass mit einem Waschgang direkt 48 Kisten gewaschen werden können.

Die Wassereinsparung durch diese neue Technik wurde mit 40 % berechnet. Entsprechend geringer ist auch der Energiebedarf zur Aufwärmung des Wassers.

Die Investitionssumme betrug etwa 124 T€ entsprechend 51 % der gesamten in 2016 getätigten Investitionen in Anlagen.

Mitte 2017 wurde die alte Backofenanlage durch eine neue, größere und effizientere ersetzt. Die Wärmerückgewinnungsanlagen (Abgas und Wrasen) konnten erst bis Mitte 2018 angeschlossen werden. Auch die Vorwärmung des Wassers für die Backofenbedampfung (Enthärtungsanlage) und des Waschwassers für die neue Kistenwaschanlage wurde realisiert.

Dabei wurden die zwei bisherigen Thermoölkessel mit je 250 kW durch einen neuen mit 500 kW ersetzt. Über eine Ringleitung wurde dieser mit den neuen Backöfen verbunden. Die neue Anlage hat einen deutlich höheren Wirkungsgrad als die alte:

- durch neue Wärmeübertrager-Flächen und eine Effizienzpumpe,
- modulierender Brenner anstelle Zweistufen-Steuerung,
- Bau als geschlossene Anlage (kein Sauerstoffeintrag, längere Haltbarkeit des Thermoöls),
- Kesseltemperatursteuerung analog der jeweils höchsten abgeforderten Ofenprogramm-Temperatur (alt: konstante Kesseltemperatur),
- Verbrennungsluft-Vorwärmung,

- Produktqualitätsverbesserung durch Möglichkeit höherer Anbacktemperaturen,
- Ersatz von zwei alten Abgaswärmerückgewinnungen durch eine neue und Einbindung in vorhandenes Pufferspeichervolumen,
- Installation von zwei Schwaden-Kondensatoren für Dampf,
- Energieeinsparung durch Einbindung in Pufferspeicher zur Aufwärmung der Schwaden.

Im Rahmen einer der Investition vorangehenden Energieanalyse durch einen externen Gutachter wurde eine Energieeinsparung von jährlich 128 MWh errechnet.

Die Investitionssumme betrug etwa 466 T€ entsprechend 76 % der gesamten in 2017 getätigten Investitionen in Anlagen.

Das Vorhaben „Bau einer energieeffizienten Backofenanlage“ (Projektlaufzeit: 01.05.2017 bis 31.05.2018) wurde im Rahmen des *Berliner Programms für Nachhaltige Entwicklung (BENE)* mit Mitteln der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz und des *Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE)* unter der Projektnummer 1184-B1-E unterstützt.



EUROPEAN UNION

European Regional
Development Fund

Senatsverwaltung
für Umwelt, Verkehr
und Klimaschutz



Da die Mitarbeiter in Investitionsentscheidungen einbezogen werden, werden auch soziale Auswirkungen berücksichtigt. Wir messen unsere ökologische Entwicklung jährlich anhand unserer Ökobilanz.¹⁸ Ein externer Umweltgutachter prüft und zertifiziert unseren kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) im Hinblick auf unsere Umweltkennzahlen.

Sanierungsbedarf in der Regel direkt über über 80 %.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Grundsätzlich investiert MÄRKISCHES LANDBROT Gelder in die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Darüber hinaus spenden bzw. fördern wir verschiedene Institutionen und Projekte (siehe E2). Wir halten Genossenschaftsanteile an der GLS Bank und unterstützen die Sicherung des brandenburgischen Bodens für ökologische Anbauweisen über die Bio-Boden-Genossenschaft.

Wir veranlagern unsere Gelder ausschließlich in ethisch-nachhaltigen bzw. sozial-ökologischen Projekten.

Da wir uns selbst sehr intensiv mit Nachhaltigkeitsthemen auseinandersetzen, verfügen wir über einen langen Zeitraum an Erfahrungen und Verbindungen im Nachhaltigkeitsbereich. Wir fördern bzw. veranlagern nur in Projekte, die wir selbst kennen und die für uns und unsere Kooperationspartner als tatsächlich ökologisch und sozial positiv erkennbar sind.

Gemeinsam denken, handeln und schaffen, ist das Credo von MÄRKISCHES LANDBROT. In zahlreichen Bündnissen, Interessengemeinschaften, Verbänden, Netzwerken und Kooperationen vertritt das Unternehmen seine Vorstellungen, Anliegen und Visionen zu einer für Mensch und Natur verträglichen und nachhaltigen Wirtschaftsweise.

Auszugsweise sind unsere Kooperations- und Netzwerkpartner auf unserer Website

¹⁸ s. a. Ökobilanz: <https://www.landbrot.de/aktuelles/oeffentlichkeit/downloads/firmenberichte.html>

aufgeführt.¹⁹

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ):

- Finanzierte Projekte, die Erträge erwirtschaften: 0 Euro
- Fonds-Veranlagungen: 0 Euro

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Unser Geschäftsmodell ist nicht abhängig von ökologisch bedenklichen Ressourcen. Wir sind bestrebt emissionsneutral zu produzieren. Seit 2010 pendelt MÄRKISCHES LANDBROT rechnerisch an der Grenze der Emissionsneutralität.²⁰

Verbesserungspotenziale:

Im Jahr 2019 wurden neue Energielieferungsverträge abgeschlossen. Durch einen Kostenaufschlag können wir nun CO₂e-neutral gestelltes Gas beziehen. Die Verträge gelten ab dem 01.01.2020.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Die Arbeit bei MÄRKISCHES LANDBROT organisiert sich in verschiedenen Arbeitsgruppen zu den Themen Qualitätssicherung, Verkauf, Backstubenleitung und in der (erweiterten) Bäckermeisterrunde.

In all diesen Gruppen werden die Mitarbeiter angehört und ihre Meinungen eingeholt. Auch die Plenen (z.B. Bäckerplenum) und die Betriebsversammlungen sind Austauschrunden, in denen Mitbestimmung gelebt wird. Hierbei geht es auch um Entscheidungen zu Investitionen, Verbesserungsvorschlägen und Veränderungen.

Es finden mindesten monatliche Gesprächsrunden des Führungskreises und ausgesuchter anderer Mitarbeiter statt, in denen gemeinsam Anliegen der einzelnen Bereiche besprochen und abgestimmt werden. Dabei folgen wir unseren Leitbildern: „Es gibt immer einen Anfang für das Bessere“ und „Das Brot ist der Chef“.

Entscheidungen werden immer im Sinne einer qualitativen Verbesserung des Brotes getroffen. Dabei hat die Geschäftsleitung stets ein Vetorecht.

Seit 1996 wird MÄRKISCHES LANDBROT in der Entscheidungsfindung durch einen Betriebsrat unterstützt.

Das Prämiensystem, das die Mitarbeiter am Ergebnis guter Geschäftsjahre beteiligt, wurde gemeinsam mit dem Betriebsrat entwickelt.²¹ Flache Hierarchien und kurze Wege zwischen den Mitarbeitern und der Geschäftsleitung sind uns wichtig, Routine und Verkrustungen unerwünscht. Unbürokratische Entscheidungsprozesse werden unterstützt.

Joachim Weckmann ist alleiniger Eigentümer der MÄRKISCHES LANDBROT GmbH und arbeitet als einer von zwei Geschäftsführern im Betrieb mit. Inzwischen arbeitet er Teilzeit als strategischer Geschäftsführer (25 Prozent).

Aussicht: 2020 / 2021 soll MÄRKISCHES LANDBROT in ein sich selbst gehörendes Unternehmen (Purpose-Unternehmen²²) umgewandelt werden.

¹⁹ <https://www.landbrot.de/ueber-uns/kooperationen-netzwerke.html>

²⁰ s.a. Ökobilanz: Emissionsquote betriebsintern unter Berücksichtigung des Aufforstungsprojektes

²¹ s.a. C2 Innerbetriebliche Bruttoeinkommenspreizung im Unternehmen

²² s.a. <https://onpurpose.org/de/about-us-de/>

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Innerhalb des Berichtszeitraums gab es keinen Versuch, MÄRKISCHES LANDBROT feindlich zu übernehmen, noch hat MÄRKISCHES LANDBROT einen Versuch unternommen, ein anderes Unternehmen feindlich zu übernehmen.

Verbesserungspotenziale:

Die 2020 / 2021 geplante Umwandlung von MÄRKISCHES LANDBROT in ein sich selbst gehörendes Unternehmen wird zukünftig feindliche Übernahme verhindern.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

In der Mühle und Bäckerei leben wir eine offene und transparente Unternehmenskultur. Alle Mitarbeiter haben die Möglichkeit, sich direkt an die Geschäftsführung zu wenden und Themen anzusprechen oder Fragen zu stellen. Wir arbeiten aktiv an einer Kommunikationskultur, die auf gegenseitiger Wertschätzung, Offenheit und Ehrlichkeit beruht. Ein Betriebsrat ist im Unternehmen seit 1996 etabliert und gleichzeitig Ansprechpartner für das Thema Gleichstellung.

In unserem [Firmenziel](#) „Wir sind Marktführer in den Arbeitsplatzbedingungen, und die Entlohnung ist im Vergleich zu anderen ökologisch wirtschaftenden Bäckereien überdurchschnittlich hoch“, finden sich unsere Prioritäten für eine mitarbeiterorientierte Organisationskultur wieder.

Die Arbeit bei MÄRKISCHES LANDBROT organisiert sich in verschiedenen Arbeitsgruppen: Qualitätsrunde (mindestens monatlich), Verkauf (monatlich), Backstubenleitung (wöchentlich), die (erweiterte) Meisterrunde (monatlich) sowie die Fahrersitzung (jährlich ein- bis zweimal). Zusätzlich findet die Betriebsversammlung (alle Mitarbeiter mit der Geschäftsleitung) zweimal jährlich und das Bäcker-Plenum (alle Bäcker mit der Geschäftsleitung) ebenfalls zweimal jährlich statt. In Betriebsversammlung und Bäckerplenum werden über Ideen, Verbesserungen, Probleme oder zu erledigende Aufgaben gesprochen. Wesentlicher Bestandteil der Runden ist die Aufnahme von Verbesserungsvorschlägen der Mitarbeiter, die vom Führungskreis kurzfristig abzuarbeiten sind. Ebenfalls wird der Bearbeitungsstand der Verbesserungsvorschläge des letzten Treffens gemeinsam besprochen. Zunehmend werden Entscheidungen nicht allein durch die Geschäftsführung, sondern gemeinsam durch den Führungskreis aus neun Mitarbeitern – unter Einbeziehung der betroffenen Mitarbeiter – getroffen.

Diese breit aufgestellten Runden sollen helfen, gemeinsam Themen und Aufgaben zu erarbeiten und Beschlüsse zu fassen. Aus den Teams kommen Anregungen und Ideen zur Produktgestaltung oder auch zur Firmenpolitik.

Wir arbeiten in einer offenen, aktiven Kommunikationsstruktur, in der sich die Mitarbeiter der einzelnen Abteilungen täglich sehen und austauschen. Die Bereiche Produktion, Handel und Finanzen werden ermuntert und gefördert, eigenständig ihre Interessen, Ideen und Forderungen zu vertreten. Die Geschäftsführer wünschen sich ausdrücklich, dass die Abteilungen Eigenverantwortung und auch Gestaltungskompetenz übernehmen, ihre Bereiche selbst führen und gegenüber Kollegen erklären. Die Geschäftsführer übernehmen dabei eine vermittelnde Rolle.

Der Schichtplan für die Backstube wird gemeinsam mit den Bäckern geplant. In unserem Intranet-Kalender werden die Arbeitszeiten der Führungskräfte veröffentlicht. Die festangestellten Reinigungskräfte haben Möglichkeiten zur eigenen Zeiteinteilung.

Dokumentierte Mitarbeiterbefragungen werden alle drei Jahre in Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat durchgeführt. Mehrere Fragenbereiche betrachten darin die Organisationskultur und -struktur. Ein weiterer Abschnitt der Befragung beinhaltet detaillierte Fragen zu Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten. Die Befragung wird seit 2009 alle drei Jahre durchgeführt und im Managementreview zusammengefasst veröffentlicht.

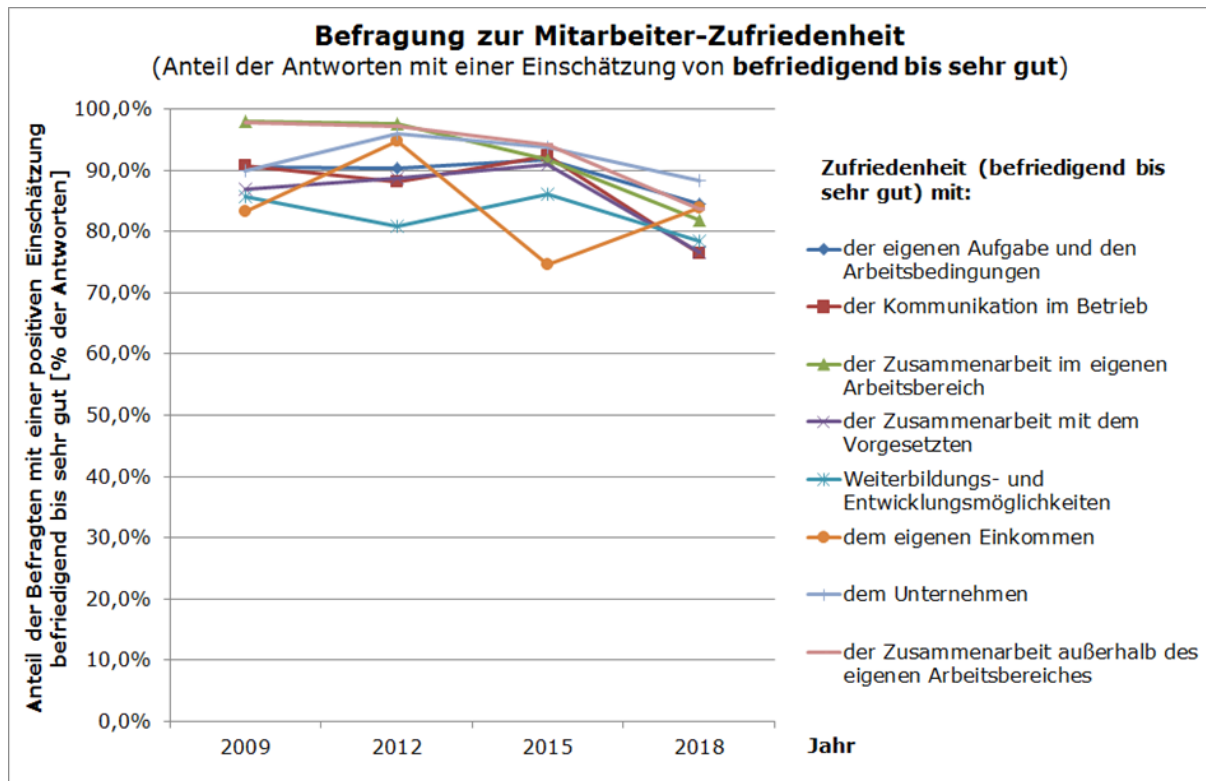


Abbildung 8: Entwicklung Mitarbeiterzufriedenheit unter verschiedenen Gesichtspunkten, Stand 2018

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökologie (GWÖ):

- Fluktuationsrate: 8,6 Prozent (2016) bzw. 8,1 Prozent (2017)
- durchschnittliche Betriebszugehörigkeit: 9,3 Jahre (2016 & 2017)
- Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen: wird nicht erfasst (ca. 2 pro Woche)
- Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur: Bisher durchgeführte: 4, (regelmäßig alle 3 Jahre)
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich, Durchschnittliche Stunden):

Jahr	2016	2017
Insgesamt	1.864	1.649
Mitarbeitende	1.393	1.390
Führungskräfte	468	259

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Das Gesundheitsmanagement von MÄRKISCHES LANDBROT beinhaltet neben den grundsätzlichen Aspekten wie Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und arbeits-

medizinischen Untersuchungen noch folgende über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehende Aspekte²³:

- Masai Barefoot Technology (MBT)-Schuhe werden für Mitarbeiter auf Wunsch gestellt.
- Höhenverstellbare Tische werden für Mitarbeiter auf Wunsch gestellt.
- Der Anteil der im Betrieb von Mitarbeitern zu hebenden Lasten wird durch technische Hilfsmittel kontinuierlich gesenkt, wie z.B. durch den Mehl- und Getreideeinkauf in Silos anstatt in Säcken (die teilweise bis zu 35 Kilo wiegen).
- Gesunde Ernährung ist Grundlage guter Arbeit. Es gibt ein kostenloses Angebot von Bio-Milch, Bio-Obst, Bio-Kaffee, Brot in Demeter-Qualität. Auch stehen warme Bio-Suppen auf Nachfrage bereit.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ):

Gesundheits-/Krankenquote 2017, in Prozent der Gesamtarbeitszeit

- Gruppe Mitarbeitender (unter 25 Jahre): 7,0 Prozent
- Gruppe Mitarbeitender (25-50 Jahre) 7,7 Prozent
- Gruppe Mitarbeitender (über 50 Jahre) 11,2 Prozent
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle 1 Unfall, AU 5 Tage
- In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden:
 - Zahnarzt: 10,5 Stunden
 - Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz: 79 Stunden

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Eine Mitnutzungsmöglichkeit des Fitnessraumes der Bio Konditorei Tillmann ist angestrebt.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Unser Verhaltenskodex bei MÄRKISCHES LANDBROT²⁴ sieht Folgendes vor:

- Wir gehen freundlich miteinander um, das heißt zum Beispiel: Wir reden einander mit Namen an.
- Wir arbeiten zusammen, das heißt zum Beispiel: Jeder hilft jedem.
- Wir reden miteinander und nicht übereinander, das heißt: Wir lassen uns gegenseitig ausreden.
- Wir akzeptieren uns gegenseitig und gehen respektvoll miteinander um.
- Jeder darf seine Meinung sagen. Meinungen über Mitarbeiter teilen wir mit dem jeweiligen Mitarbeiter.
- Wir erwarten einen sachlichen, fachlichen und konstruktiven Austausch. Im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses:
- Es gibt immer einen Anfang für das Bessere!
- Wir dulden keine Diskriminierung und Respektlosigkeit. Fehlverhalten wird von den Vorgesetzten abgemahnt und führt zu arbeitsrechtlichen Konsequenzen bis hin zu einer, gegebenenfalls auch fristlosen, Kündigung.

Das Durchschnittsalter aller unserer Mitarbeiter liegt bei 43 Jahren (2017). 38 Prozent unserer Mitarbeiter sind älter als 50 Jahre. 34 Prozent der Mitarbeiter haben Migrationshintergrund, und vier Prozent sind Menschen mit Behinderungen (jeweils bezogen auf die vertragliche Arbeitszeit).

86 Prozent aller Mitarbeiter haben eine Qualifikation als Geselle oder eine höhere Qualifikation (bezogen auf die vertragliche Arbeitszeit).

²³ s. hierzu ausführlich: <https://www.landbrot.de/oekonomie/personalpolitik.html>

²⁴ s. a. <https://www.landbrot.de/oekonomie/personalpolitik/verhaltenskodex.html>

Diversitätskriterium	Jüngste Mitarbeitende	Mitarbeitende mittleren Alters	Ältere Mitarbeitende
	unter 25	25 - 50	über 50
Führungskräfte	0	5	7
Mitarbeitende	3	37	20
Männer	1	30	17
Frauen	2	7	3
andere Nationalitäten	1	13	4
körperliche/psychische Behinderungen	0	2	0

Tabelle 5: Demografische Verteilung der Mitarbeitenden 2017

Diversitätskriterium	Jüngste Mitarbeitende	Mitarbeitende mittleren Alters	Ältere Mitarbeitende
	unter 25	25 - 50	über 50
Männer	0	9	2
Frauen	1	1	0
andere Nationalitäten	0	4	1
körperliche/psychische Behinderungen	0	0	0

Tabelle 6: Neueinstellungen nach Diversitätskriterien 2017

Auffällig ist die geringe Zahl von Frauen bei Neueinstellungen. Das liegt ausschließlich daran, dass das Bäckerhandwerk traditionell immer noch hauptsächlich männerdominiert ist. Das zeigt sich auch an der Bewerberstruktur, obwohl MÄRKISCHES LANDBROT bereits seit vielen Jahren Frauen und Männer gleich bezahlt und körperlich schwere Arbeiten nach Möglichkeit verringert.

Der Anteil an neuingestellten Mitarbeitenden mit Migrationshintergrund ist relativ hoch. Hier unterstützen wir mit kostenlosem Deutschunterricht bis zum Sprachniveau B1.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ):

- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Diversität/Gesundheit: 2017 keine (2016: 20 Stunden)
- Anzahl von Elternzeit (Väter) 2017: vier Monate
- Anzahl Mutterschutz & Elternzeit (Frauen), Freistellungen 2017: drei Monate

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Bei MÄRKISCHES LANDBROT gibt es keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.

Innerhalb des Berichtszeitraums gab es null Verfahren und null Beschwerden. Dies wird durch den Betriebsrat bestätigt.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Die Löhne und Gehälter sind im Mittel zwischen den Tarifen des Handwerks und der Backwarenindustrie vereinbart. Diese Tarife sind über die Tarifverträge veröffentlicht und liegen damit wesentlich über dem eigentlich für MÄRKISCHES LANDBROT geltenden Handwerkstarif. Durch den direkten Bezug zu den Tarifverträgen, in denen Löhne nach Tätigkeiten bzw. Verantwortungsbereichen aufgeführt sind, sind auch die Löhne und Gehälter bei MÄRKISCHES LANDBROT transparent für jeden nachvollziehbar. Wir zahlen ein 13. Gehalt für alle Mitarbeiter und haben ein Prämiensystem für die Beteiligung aller Mitarbeiter an guten Geschäftsentwicklungen. Darüber hinaus ist die grundlegende Lohnstruktur in dem hier vorliegenden Bericht von MÄRKISCHES LANDBROT veröffentlicht (s.u.). MÄRKISCHES LANDBROT passt die Gehälter jeden Oktober entsprechend der bis dahin wirksamen Tarifabschlüsse an.

Prämienhistorie

für das Jahr	Lohnerhöhungen auf Ecklohn	Prämie (Kosten ML) für Geschäftsjahr
2005	1,750%	
2006	2,000%	
2007	2,840%	
2008	0,000%	
2009	0,000%	30.000
01.10.2010	0,000%	30.000
01.10.2011	2,243%	
01.10.2012	2,421%	
01.10.2013	3,028%	38.000
01.10.2014	0,000%	38.000
01.10.2015	0,000%	38.000
01.10.2016	0,789%	38.000
01.10.2017	2,134%	38.000
01.10.2018	3,134%	38.000
01.10.2019	2,566%	38.000

Tabelle 7: Historie Lohnerhöhungen und Prämienzahlungen als Beteiligung an erfolgreichen Jahren

An besonders erfolgreichen Jahren nehmen unsere Mitarbeitenden in Form von Prämien teil.

Seit dem 01.10.2010 zahlt MÄRKISCHES LANDBROT einen Mindestlohn von 10 Euro, seit dem 01.10.2018 sind es 10,20 Euro und seit dem 01.10.2019 sind es 10,50 Euro brutto für alle sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (mit Ausnahme der Lehrlinge, seit dem 01.10.2019 inkl. der Minijobber). Seit dem 01.10.2018 ist der Mindestlohn der externen Fuhrunternehmer auf das gleiche Niveau wie bei MÄRKISCHES LANDBROT angehoben worden.

Mit Beginn des Monats Oktober 2016 wurden die Löhne und Gehälter um 0,8 Prozent angehoben. Am 1. Oktober 2017 gab es eine Lohn- und Gehaltserhöhung von 2,1 Prozent. 2018 wurde der Lohn um 3,13 und 2019 um 2,57 Prozent erhöht. Die

Lohnstruktur ist den Mitarbeitern bekannt. Mit dem Mindestlohn und der Gehaltspreizung (1:5) ist für jeden Mitarbeiter nachvollziehbar, wie hoch der geringste und der maximale Stundenlohn (Geschäftsführung) ist. Zur Firmenpolitik gehört es, die Spreizung zwischen dem niedrigsten sozialversicherungspflichtigen und dem höchsten Bruttolohn auf maximal 1:10 zu begrenzen. Seit 2011 entspricht der Faktor rechnerisch knapp 1:5 (inkl. Prämien und Boni).

Die Betriebsvereinbarung zum Mindestlohn bei MÄRKISCHES LANDBROT wurde zusammen mit der Mitarbeitervertretung (Betriebsrat) entwickelt.

Mitarbeitern, die für MÄRKISCHES LANDBROT auch außer Haus tätig sind (Besorgungen, Kundenbetreuung), wird ein Firmenwagen gestellt. Geraten Mitarbeiter in Notsituationen, versucht das Unternehmen zu helfen (z.B. durch Vergabe von zinslosen Darlehen).

Leiharbeitnehmer werden nur bei krankheitsbedingten Engpässen eingesetzt. Innerhalb des Berichtszeitraums wurden keine Leiharbeitnehmer beschäftigt.

Im Rahmen der GWÖ-Bilanzierung werden die niedrigsten Löhne mit denen in dem jeweiligen Land üblichen verglichen. Als Vergleichsmaßstab wurde ein Wert definiert, der sechzig Prozent des mittleren Einkommens entspricht. In Österreich heißt der Begriff Living Wages, in Deutschland Armutsgrenze. Bezugsgröße ist der Nettolohn bei günstigster Steuerklasse.

ML Mindestlohn	Wochenstunden	Monatslohn Brutto
10,00 €	38	1.645,40 €

Monatslohn netto	1.222,88 €
Armutsgrenze Einpersonen Haushalt*	1.074,00 €
Stundenlohn netto: Vollzeit Steuerklasse 1	7,41 €
Monatsstunden	165
Der Mindestlohn von ML liegt damit bei der Armutsgrenze im Hinblick auf die Steuerklasse 1	114%

*Quelle: Mirozensus Amtliche Sozialberichterstattung WSI 2019

Dadurch ergibt sich ein mit den österreichischen Living Wage vergleichbares Ergebnis.

Tabelle 8: Berechnung Living Wages im Vergleich zum Mindestlohn MÄRKISCHES LANDBROT²⁵

Demnach lag der in den Jahren 2016 bis 2017 von MÄRKISCHES LANDBROT gezahlte freiwillige Mindeststundenlohn²⁶ von 10 € etwa 14 % über den Living Wages. Zusätzlich wird ein 13. Gehalt, Nacht- und Feiertagszuschläge und in erfolgreichen Geschäftsjahren eine Sonderprämie gezahlt.

Seit dem Jahr 2010 gilt für alle Mitarbeiter die Betriebsvereinbarung zur Anpassung der Lohnstruktur.

Darüber hinaus gilt die klare Zusage der Geschäftsführer, Löhne und Gehälter in der Mitte zwischen den Tarifen des Handwerks und der Backwarenindustrie zu zahlen. Diese sind über die Tarifverträge veröffentlicht und werden jährlich im Oktober eingearbeitet. Damit liegen die gezahlten Löhne über denen der im Bäckerhandwerk üblichen Löhne.

²⁵ vgl. <https://www.sparkasse.de/service/rechner/brutto-netto-rechner.html>

²⁶ seit 01.10.2021 liegt er bei 12 €

Lohnstruktur Backstube / Müllerei

Position	Ecklohn [€/h, brutto]	Prämien- lohn [€/h, brutto]	Bemerkungen / Entwicklungsplan Lohn
Produktionshelfer	11,76	-	Orientierungs- / Überprüfungsrahmen: nach 5 Jahren Betriebszugehörigkeit zum Bäckerhelfer, zzgl. von GF beschlossene allg. Lohnerhöhungen, immer Einzelfallentscheidung
Bäckerhelfer		14,08	Orientierungs- / Überprüfungsrahmen: nach 5 Jahren Betriebszugehörigkeit: + Hälfte der Differenz zum Ecklohn Bäcker, nach 10 Jahren: Ecklohn Bäcker, zzgl. von GF beschlossener allg. Lohnerhöhungen, in beiden Fällen immer Einzelfallentscheidung MR, FK
Bäcker / Müller in Probe	14,19		ersten 3 Monate (1 € weniger als Ecklohn Bäcker)
Bäcker / Müller	15,19	15,70	nach 5 Jahren: + Hälfte der Differenz zum Prämienlohn Bäcker, nach 10 Jahren: Prämienlohn Bäcker, zzgl. von GF beschlossene allg. Lohnerhöhungen
Produktionsleiter (PL)		16,20	PL beziehen unabhängig des Eintritts den Prämienlohn Bäcker zzgl. 0,50 € Zuschlag PL, zzgl. von GF beschlossene allg. Lohnerhöhungen
Backstubenleiter (BL)		17,26	BL beziehen unabhängig des Eintritts den Lohn der PL zzgl. 1,06 € Zuschlag BL, zzgl. von GF beschlossene allg. Lohnerhöhungen

Tabelle 9: Lohnstruktur Mühle und Backstube, Stand 01.10.2019 (mit MR Meisterrunde, FK Führungskreis, GF Geschäftsführung)

Kurzfristige Beschäftigungsverhältnisse wie Zeitarbeit bestehen grundsätzlich nur, wenn es unbedingt notwendig ist. Innerhalb des Berichtszeitraums gab es keine Zeitarbeitenden. Grundsätzlich gilt auch bei einer eventuellen Beschäftigung von Zeitarbeitenden der Grundsatz gleicher Lohn für gleiche Arbeit.

Unser Konzept für die Arbeitsbedingungen in unserem Unternehmen:

MÄRKISCHES LANDBROT setzt sich für eine fortwährende Verbesserung der Arbeitsbedingungen ein.

Auszug aus Betriebsvereinbarung zur Anpassung der Lohnstruktur 2010

Präambel „(...) Ziel der Regelung ist nicht eine allgemeine Lohnerhöhung für alle Mitarbeiter von MÄRKISCHES LANDBROT. Vielmehr soll das vorhandene Lohngefüge im Betrieb sozial gerechter gestaltet werden.

Zu diesem Zweck wird eine allgemeine Lohnstrukturanpassung vorgenommen:

- Mitarbeitern im Betrieb mit vergleichsweise niedrigem Einkommen (mit Ausnahme der geringfügig Beschäftigten auf 400 bzw. 450 Euro-Basis, die bereits aufgrund der pauschalisierten Steuer- und Sozialabgaben ein vergleichsweise hohes Nettoeinkommen haben) wird eine Lohnerhöhung bis auf mindestens 10 Euro/Stunde (brutto) gewährt.
- Die Gleichbehandlung von Männern und Frauen im Betrieb wird weiter gefördert: Zukünftig wird bei der Höhe der Löhne beachtet, dass Frauen als Bäckerinnen zwar aufgrund ihrer Konstitution gegebenenfalls nicht dieselbe körperliche Arbeit leisten können wie männliche Bäcker, sich jedoch ebenfalls mit ihrem vollen Leistungsvermögen in ihre Arbeit einbringen und demzufolge in gleicher Höhe wie ihre männlichen Kollegen zu entlohnen sind.

(...) Das Einkommen keines Mitarbeiters wird sich durch diese Anpassung der Lohnstruktur verschlechtern. Das Einkommen einiger Mitarbeiter wird sich jedoch hierdurch verbessern..."

Seit dem 01.10.2019 gilt abweichend zu der Vereinbarung ein neuer höherer Mindestlohn von 10,50 Euro stündlich, der sich auch auf die geringfügig Beschäftigten auf 400 bzw. 450 Euro-Basis bezieht (Ausnahme Auszubildende).

Zur Firmenpolitik gehört es, den Abstand zwischen dem niedrigsten sozialversicherungspflichtigen zum höchsten Bruttolohn auf max. 1:10 zu begrenzen.

Die Mitarbeiter-Zufriedenheit mit dem Verdienst ist in *Abbildung 8: Entwicklung Mitarbeiterzufriedenheit unter verschiedenen Gesichtspunkten, Stand 2018* zu erkennen.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) 2017:

- Höchstverdienst: 51,31 Euro/Stunde
- Mindestverdienst: 11,11 Euro/Stunde
- Gehaltsspreizung: 1:4,6
- Medianverdienst: 14,36 Euro/Stunde
- Living Wages für eine Vollzeitstelle sind gegeben

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir sehen die gesellschaftlich sinnvolle Höhe des Mindestlohns derzeit bei 12 Euro je Stunde. Unabhängig von Vorgaben des Gesetzgebers werden wir uns schrittweise auf den Weg dorthin machen, solange wir dies auch ökonomisch abbilden können.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Grundsätzlich ist für alle Mitarbeiter Teilzeitarbeit möglich. Flexible Arbeitszeiten werden, sofern möglich und von den Mitarbeitern gewollt, umgesetzt. Die Führungskräfte haben z.T. flexible Arbeitszeiten mit Kernarbeitszeit. Es besteht die Möglichkeit zum Homeoffice für alle acht Führungskräfte.

Die Aufrechterhaltung der Gesundheit der Mitarbeiter (gerade im fortgeschrittenen Alter) ist ein wichtiges Anliegen für uns. Deshalb unterstützen wir Teilzeitwünsche von Mitarbeitern. Grundsätzlich geht es aus gesundheitlichen Gründen um eine Reduzierung der täglichen Arbeitszeit.

Die gemeinsam mit dem Betriebsrat 2015 ausgearbeitete Betriebsvereinbarung dient deren Umsetzung.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), 2017:

- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit: 38 Stunden wöchentlich.
- Tatsächlich geleistete Überstunden im Mittel pro Monat und Person: 9 Stunden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir werden bei unseren Mitarbeitern weiter für geringere Arbeitszeiten werben.

Eine Reduzierung von Arbeitszeiten bei gleichem Lohn lässt sich in unserem kleinen Betrieb unter Beibehaltung der regelmäßigen Lohnerhöhungen und Prämienzahlungen ökonomisch nicht abbilden.

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und der Work-Life-Balance

Neben der grundsätzlichen Reduzierung der täglichen Arbeitszeit ist auch der Einsatz in anderen Schichten denkbar (zum Beispiel in der Vorbereitung mit Kernarbeitszeit am Vormittag), solange der Produktionsablauf dies zulässt.

In der Berichtszeit von 2016 bis 2019 haben wir mehrmals unbezahlten Urlaub gewährt

und auch eine längere Freistellung. Wir bieten den Mitarbeitern möglichst viel Flexibilität in ihrer Arbeitswelt und versuchen auf ihre Wünsche einzugehen, solange das für MÄRKISCHES LANDBROT ökonomisch sinnvoll abbildbar ist.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- Teilzeit individuell nach Bedürfnis der Mitarbeitenden: bei 33 Prozent der Gesamtvertragsstunden handelt es sich um Teilzeitbeschäftigung.

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Im Berichtszeitraum gab es keine ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), 2017

- eigener festgelegter Mindestlohn: 10 Euro/Stunde
- Gewinn: Rund 527.000 Euro
- Mitarbeiteranzahl (Personen): 60 Personen
- Höchst- und Mindestverdienst: 51,31 Euro/Stunde; 11,11 Euro/Stunde
- Anzahl der Pauschalverträge: 2 (Geschäftsführer)
- Anzahl der Null-Stunden-Verträge: 0
- Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden): rund 60 Personen/Jahr
- Anzahl der Zeitarbeitenden: 0
- Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen: 6-24 Monate (max. 2 Jahre)
- Anteil von befristeten Arbeitsverträgen: 14 Prozent

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Im Jahr 2016 gab es eine Lohnerhöhung von 0,8 Prozent, in 2017 von 2,1 Prozent und in 2018 von 3,1 Prozent. In allen drei Jahren wurden die Mitarbeiter per Prämie am Erfolg der Bäckerei beteiligt (Gesamtkosten dafür je 38.000 Euro pro Jahr).

Ausblick

Der Mindestlohn wurde für die Logistikunternehmen und für MÄRKISCHES LANDBROT seit dem 01.10.2019 auf 10,20 Euro erhöht.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Durch den täglichen Kontakt mit dem höchsten Bio-Standard im Lebensmittelbereich besteht bei MÄRKISCHES LANDBROT ein grundsätzliches Bewusstsein für eine gesunde Ernährung. Dieser besondere Fokus und der sehr hohe Anteil regionaler Rohstoffe werden aktiv an die Mitarbeiter kommuniziert. Für die Ernährung bieten wir unseren Mitarbeitern überwiegend gesunde vegetarische Bio-Lebensmittel an und informieren sie mit Hilfe verschiedener Medien über Bio-Qualität.

Für die Ernährung vor Ort werden demeter-Backwaren kostenlos in den zwei Aufenthaltsräumen – jeweils mit Betriebsküche – zur Verfügung gestellt. Die Küchen sind ausgestattet mit Kaffeemaschine, Kühlschrank und Kochnische mit Herd.

Zusätzlich werden Kaffee, Tee, Milch und Butter gestellt (alles Bio und bis auf den Kaffee auch regional). Aufgrund der niedrigeren ökologischen Belastung in Anbau und Herstellung wird seit 2019 zudem Hafermilch gestellt. Im Bürobereich wird in der Regel mittags gemeinsam Suppe gegessen.

Ergänzt wird dieses Angebot mit frischen Möhren und Äpfeln. Das Wasser aus eigenem Brunnen (ohne Medikamentenrückstände und Leitungsmetalle) wird nicht nur für die

Produktion verwendet, sondern fließt in der gesamten Trinkwasserversorgung des Hauses. Dies ist jederzeit für alle Angestellten zugänglich, auch gekühlt oder mit Kohlensäure versetzt.

Eine eigene Kantine erscheint uns aufgrund der Betriebsgröße, der unterschiedlichen Arbeitszeiten und der hohen Teilzeitquote als nicht sinnvoll.

Wir informieren unsere Mitarbeiter über die Qualität von Bio-Lebensmitteln und die Vorteile einer vegetarischen Ernährung. Auf eine aktive Missionierung hin zu biologisch vegetarischer oder veganer Ernährung verzichten wir bewusst, da wir unsere Mitarbeiter nicht bevormunden wollen. Außerdem wissen wir als Demeter-Partnerbetrieb um die Notwendigkeit der Tierhaltung hinsichtlich einer nachhaltigen Entwicklung der Landwirtschaft.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft: 100 Prozent (2017 und 2016)

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

In der jährlichen Ökobilanz von MÄRKISCHES LANDBROT werden auch die privaten Anfahrtswege zur Arbeitsstelle erfasst. Das Verkehrsaufkommen der Mitarbeiter gliedert sich wie folgt: öffentliche Verkehrsmittel 36,5 Prozent, Fahrradnutzung 4,3 Prozent, 59,2 Prozent der Anfahrten werden mit konventionellen Fahrzeugen (Verbrennungsmotoren) zurückgelegt. Mitarbeiter haben untereinander mehrere Fahrgemeinschaften organisiert.

Ein Ansatz zur Steigerung des Anteils von Öffentlichem Nahverkehr (ÖPNV) war eine Umfrage zur Nutzung einer Umweltkarte. Sie ergab leider eine zu geringe Resonanz (Betrieb ist öffentlich schlecht zu erreichen) und wurde nicht weiterverfolgt.

Beide Geschäftsführer haben ihre gesamten privat verursachten Emissionen (Heizung, Strom, Reisen) durch Urwaldaufforstung kompensiert.

Um CO₂e-Emissionen zu kompensieren, die trotz aller Optimierungsansätze verbleiben, arbeitet MÄRKISCHES LANDBROT seit 2005 mit der Organisation Primaklima-weltweit e.V. zusammen.

Das ökologische Beschaffungswesen für Firmenwagen beschränkt die Emissionen von Neuwagen auf maximal 130 g CO₂/km. Nach Möglichkeit sind Erdgas- oder Elektromotoren vorzuziehen.

Durch die Nähe der Betriebswohnungen zum Betrieb wird der Arbeitsweg (mit dem Fahrrad zehn Minuten Fahrzeit) der dort wohnenden Mitarbeiter verkürzt, ein Beitrag zu mehr Freizeit geleistet und ökologische Mobilität gefördert.

Seit 2014 wird Geschäftsführer Christoph Deinert vom MÄRKISCHES LANDBROT für den Arbeitsweg ein Betriebsrad zur Verfügung gestellt. Als Firmenwagen wurde ein Renault Twizy (elektrisch betriebener Zweisitzer, der bei MÄRKISCHES LANDBROT Ökostrom tankt) angeschafft (gemeinschaftliche Nutzung).

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

Mobilität zum Arbeitsplatz	2016	2017
Eigener PKW	67,2 Prozent	51,1 Prozent
ÖPNV	27,8 Prozent	45,4 Prozent
Fahrrad	5,0 Prozent	3,5 Prozent

Es bestehen mehrere Fahrgemeinschaften.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Aufbau einer zweiten Ladestelle für Elektrofahrzeuge in 2020 (bereits umgesetzt)

Prüfung der Kapazität des Elektroversorgungsnetzes hinsichtlich Schnellladestationen für LKW in 2020 (bereits umgesetzt)

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

MÄRKISCHES LANDBROT arbeitet mit einem Total Quality Environmental Management (TQEM). Das Total Quality Management (TQM) ist ein Ansatz, der Qualität als Maxime in den Mittelpunkt stellt und davon ausgeht, dass höhere Qualität Kunden zufriedenstellt und den Nutzen für die Mitarbeiter sowie für die Gesellschaft erhöht und damit langfristigen Geschäftserfolg garantiert. Das Managementkonzept TQEM integriert Umweltaspekte in die Kernstrategien des Unternehmens. Es ist die Verknüpfung von Umweltmanagement (UMS) und TQM und hat viele Gemeinsamkeiten mit (Öko-) Controlling. Auf unserem Leitsatz „Es gibt immer einen Anfang für das Bessere“ basiert der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP) von MÄRKISCHES LANDBROT.

Jährlich finden Schulungen aller Mitarbeiter zur Ökobilanz des Unternehmens und auch sonstigen ökologischen Themen, wie beispielsweise der regelmäßigen Thematisierung öko-logischer Ernährung oder der Vorstellung des Product Carbon Footprint (PCF – CO₂e-Fußabdruck aller in der Bäckerei hergestellten Brote) statt. Darüber hinaus fanden im Berichtszeitraum Schulungen der Mitarbeiter im Umfang zwischen 2,2 und 4,0 Prozent der Vertragsstunden je Jahr statt. Darunter fallen Pflichtschulungen wie Arbeits- und Gesundheitsschutz, zahlreiche Bio- und Umweltschulungen und Schulungen für die Sozialkompetenz der Mitarbeiter (Selbstmanagement, Führung, Umgang mit Konflikten, usw.). In einem jährlichen Schulungsplan werden die Schulungen je Mitarbeiter eingeplant.

Im Rahmen unseres Umweltmanagementsystems werden Mitarbeiter eingeladen, sich zu beteiligen und durch Anreizsysteme, wie der Prämierung guter Vorschläge, für ökologische und qualitative Verbesserungen sensibilisiert. Dazu gehören z.B. das Vorschlagswesen Backstube und das ökologische Vorschlagswesen (mit Prämiensystem), bei dem alle Mitarbeiter Verbesserungsvorschläge an eine Informationstafel anhängen können. Diese werden dann in der Meisterrunde bzw. im Umweltausschuss diskutiert und bewertet. Beim ökologischen Vorschlagswesen wird nach Ökologie, Machbarkeit, Finanzierbarkeit und Umsetzung bewertet.

Im Rahmen der Öko-Bilanz wurden auch die Emissionen durch das Verkehrsaufkommen der Mitarbeiter erhoben und bewertet. Gemäß der Firmenpolitik sollten Dienstreisen möglichst mit der Bahn getätigt werden. Die Bahncard wurde gestellt, wenn dies sinnvoll war. Bei allen Um-, Ausbau- und Renovierungsmaßnahmen wird stets auf die Verwendung ökologischer Materialien geachtet.

MÄRKISCHES LANDBROT unterstützte im Bilanzzeitraum zahlreiche ökologische und soziale Veranstaltungen und Projekte, auch unter Beteiligung der Mitarbeiter.

Eine Betriebstankstelle für Ökostrom, an der Mitarbeiter kostenlos Strom für Elektrofahrzeuge (Fahrräder, Autos) tanken können, wurde gebaut.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten: 100%

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden: 100%

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wiederholungsprüfung der Sinnhaftigkeit von Firmentickets für die öffentlichen Verkehrsmittel.

Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Wir motivieren unsere Mitarbeitenden zu ökologischem Verhalten, leben es vor und leiten zu ökologischem Verhalten an. Innerhalb unseres Unternehmens sorgen wir für einen kontinuierlichen ökologischen Verbesserungsprozess und beziehen die Mitarbeitenden ein.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Allgemeines: Wir bieten unseren Mitarbeitern und der interessierten Öffentlichkeit über unsere Website und die dort zum Herunterladen zur Verfügung gestellten Dokumentationen unserer Arbeit eine hohe Transparenz. Allgemeine Aspekte, Jahresberichte aller Führungskräfte sowie externen Berater und Prüfer (Hygiene, Umweltberater u.a.), aber auch eine systematische Reklamationsauswertung aus unserem Qualitäts-Monitoring finden sich im jährlichen Managementreview wieder. Auch die Kunden(un)zufriedenheit lässt sich über die Reklamationsstatistik in Teilen abbilden.

Ökologie: Alle kritischen ökologischen Daten sind transparent: alle ökologischen Aspekte in Form der im Internet veröffentlichten Ökobilanz, der Umwelterklärung inklusive ausführlicher Aufstellungen der direkten und indirekten Umweltauswirkungen (z.B. der Product Carbon Footprint (PCF) aller unserer Eigenprodukte) sowie den Maßnahmen unseres Jahres-Umweltprogramms.

Ökonomie: Daten zur wirtschaftlichen Leistung, Verteilung entlang der Wertschöpfungskette sowie die Verteilung von Kosten und weitergegebenen Werten und unsere Lohnstruktur werden auf unserer Internetseite veröffentlicht. Auch die wirtschaftlichen Kennzahlen, mit denen MÄRKISCHES LANDBROT geführt wird, sind mit den jeweiligen Grenzwerten (ökonomische Führungskenngrößen) veröffentlicht. Nach dem beschriebenen System werden alle Gewinne nachhaltig reinvestiert.

Soziales: Auswertung relevanter Sozialkennzahlen wie Unfallquote oder Krankenstatistik, aber auch unsere ausführliche Spendenauswertung und die Mitarbeiterzufriedenheit (alle drei Jahre) werden im Rahmen des Managementreviews veröffentlicht. Die Gehälter sind durch eine klare Gehaltsstruktur (Bezahlung in der Mitte zwischen den Tarifen Handwerk und Backwarenindustrie, Festlegung Mindestlohn, max. Lohnspreizung 1 : 10 - im Berichtszeitraum 1 : 5) definiert. Interne Kostenrechnungen können bei Bedarf vom Betriebsrat – oder, solange aus Datenschutzgründen möglich, auch von Mitarbeitern – eingesehen werden. Investitionsentscheidungen sind in den meisten Fällen auf Wünsche der Mitarbeiter zurückzuführen. Entscheidungen über Einstellungen und Entlassungen werden bei MÄRKISCHES LANDBROT gemeinsam im Führungskreis getroffen und gegenüber den Mitarbeitern offen begründet. Die Meisterrunde hat hier eine institutionalisierte Empfehlungsfunktion. Insgesamt schätzen wir unseren Grad der innerbetrieblichen Transparenz nahe 100 Prozent ein (Ausnahmen sind in den datenschutzrechtlichen Beschränkungen begründet).

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Unsere Mitarbeiter unterhalb der Geschäftsführebene werden zur Führungskräfteauswahl angehört. Mitglieder der Meisterrunde (auch Nichtmeister) werden von der Meisterrunde selbst bestimmt.

Das letzte Entscheidungsgremium bei Einstellungen und Entlassungen ist der innere Führungskreis, der sich aus der Betriebsleiterin Produktion, der Vertriebsleiterin und der

Geschäftsführung zusammensetzt.

Der Betriebsrat ist bei diesen Entscheidungen einbezogen.

Verpflichtender Indikator der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

Zu Anhörung und Gespräch sind alle Mitarbeitenden eingeladen.

Mitentscheidung innerer Führungskreis: 100 Prozent.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Bei MÄRKISCHES LANDBROT werden grundsätzlich alle Mitarbeitenden aufgerufen sich zu beteiligen und einzubringen. Bei Bereichsentscheidungen werden die betroffenen Mitarbeitenden einbezogen, um Vorschläge einzubringen und Meinungen auszutauschen und gemeinsam effiziente Lösungen zu finden.

Alle Mitarbeiter können kleinere Reparaturaufträge auslösen und entweder eigenes Personal oder auch Fremdfirmen (Elektro, Sanitär, Heizung) beauftragen.

Im Wesentlichen gehen Instandsetzungsaufträge und kleinere Verbesserungsaufträge per E-Mail direkt an die Werkstatt. Die Geschäftsleitung erhält die Aufträge in cc und kann so kurzfristig eingreifen, um Aufträge entsprechend der Unternehmensziele zu ändern oder zu verbessern.

Verpflichtender Indikator der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- Zu Anhörung und Gespräch sind alle Mitarbeitenden eingeladen.
- Mitentscheidung innerer Führungskreis: 100 Prozent.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Neuorganisation der Entscheidungsprozesse im Rahmen der Organisationsgestaltung eines sich selbst gehörenden Unternehmens, geplant im Jahr 2021.

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Ein Betriebsrat ist im Unternehmen seit 1996 etabliert, der gleichzeitig auch Gleichstellungsbeauftragter ist.

D1 Ethische Kundenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kunden

MÄRKISCHES LANDBROT hat sich bewusst für eine Bindung an den Naturkost-Fachhandel entschieden. Die Grundsätze der Transparenz, Fairness und des Vertrauens gelten für uns entlang der Wertschöpfungskette im Sinne eines verantwortungsvollen und ökologischen Wirtschaftens. MÄRKISCHES LANDBROT besitzt als Lieferbäckerei keine eigenen Verkaufsstellen. Der Verkaufsschwerpunkt liegt beim ökologischen Fachhandel (2017: 82 Prozent; 5 Prozent Reformhäuser und 13 Prozent sonstige), weil dieser am ehesten unseren sozialen und ökologischen Firmenzielen entspricht. Eines unserer [Firmenziele](#) lautet: „Wir bieten möglichst vielen Menschen gesunde Lebensmittel zu günstigen Preisen“. Unser Fokus liegt auf Kunden in der Region.

Im Jahr 2016 betrug der Anteil Naturkostfachhandels 81 Prozent, der Anteil der Reformhäuser 6 Prozent und 13 Prozent entfielen auf sonstige Kunden.

MÄRKISCHES LANDBROT betreibt keine herkömmliche Endverbraucher-Werbung. Das Marketing besteht im Wesentlichen in B2B-Maßnahmen und der Offenlegung dessen, was wir tun.

Wir bieten eine Volldeklaration unserer Produkte: auf unserer Website sowie auf Brotplakaten, die wir unseren Kunden zur Verfügung stellen.

Die Nachverfolgbarkeit vom Bauern bis zum Laden ist über unsere Website tagesaktuell dokumentiert.

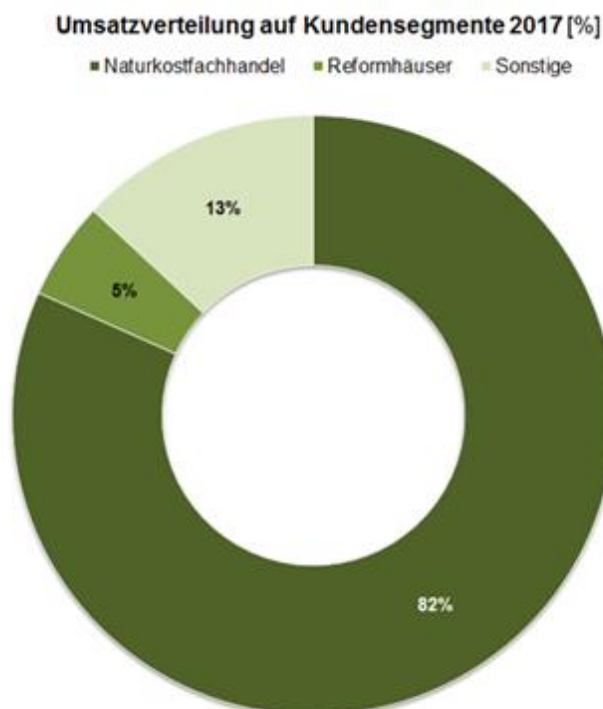


Abbildung 9: Kundengruppen Umsatzbezogen 2017

Wir engagieren uns mit speziellen Aktionen beim Kunden, wie beispielsweise Holzbackofenaktionen. Vereinzelt schalten wir kleine Anzeigen in Publikationen nachhaltiger oder sozialer und gemeinnütziger Institutionen, um diese zu unterstützen (Szene-Sponsoring).

Wir bieten seit langem Führungen für Jung und Alt durch unseren Betrieb in Berlin-Neukölln und die von uns betriebene Museumsbäckerei Pankow an, bei denen ein direkter Dialog mit den Teilnehmern stattfindet. Im Jahr 2017 nahmen insgesamt 7.191 Personen an den Betriebsführungen teil, im Jahr 2018 waren es 8.272 Personen.

Zu unserer Informationspolitik gehört neben unserem stets aktuell gehaltenen Internetauftritt -mit den Säulen Ökologie, Ökonomie und Soziales- auch unsere Nachhaltigkeits-Berichterstattung (Öko-Bilanz, Umwelterklärung, Nachhaltigkeitsbericht, Product Carbon Footprint (PCF)-Buch, sowie auch das Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)-Audit. Die hier geschilderten Maßnahmen stellen etwa 95 Prozent des Budgets für Marketing dar.

Unsere [Website](#) bietet im Detail ausführliche Informationen zu den Produkten, den verwendeten Rohstoffen und Produktionsbedingungen und ist ein wesentliches Instrument, um unserem Anspruch an Transparenz, Verantwortungsbewusstsein und Wissensteilhabe gerecht zu werden.

Wir führen keine Schulungen zur Steigerung der Verkaufszahlen durch, sondern verfolgen ein ausgeprägtes Schulungswesen hinsichtlich Qualität, Sensorik, ökologischen Aspekten und anthroposophischen Themen (Demeter).

Die Mitarbeiter der Abteilung Verkauf/Vertrieb werden unabhängig von den Verkaufszahlen bezahlt. Wie alle anderen Mitarbeiter auch werden sie an guten Geschäftsergebnissen über ein Prämiensystem beteiligt. Dieses Prämiensystem wird seit

2009 praktiziert.

Durch tägliche telefonische Bestellung und Rückmeldung zu eventuellen Reklamationen findet ein kontinuierlicher Dialog mit den Kunden statt. Reklamationen können direkt besprochen und Lösungen gefunden werden.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

Budgets für:

- Marketing: Rund 167.000 € (2016), Rund 153.000 Euro (2017)
- Verkauf: Rund 11.000 Euro (2016), Rund 12.000 Euro (2017)
- Werbung (Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen): Rund 55.000, Euro (2016), Rund 36.000 Euro
- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: 100 Prozent fixe Bezahlung
- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: nein

D1.2 Barrierefreiheit

MÄRKISCHES LANDBROT ist eine Lieferbäckerei und besitzt keine eigenen Verkaufsstellen. Wir haben bewusst entschieden, uns auf den Naturkostfachhandel und ökologisch oder sozial orientierte Kunden zu fokussieren. Aus Gründen gesellschaftlicher Verantwortung führen wir keine Geschäftsbeziehungen zu Discountern und arbeiten auf der Grundlage der Leitlinien des Vertriebs von demeter-Produkten.

Im Sinne einer mäßigenden Preispolitik mit Blick auf den Endverbraucher verzichtet MÄRKISCHES LANDBROT bewusst auf die Zwischenhandelsstufe. Gleichzeitig bieten wir unsere demeter-Brote zu Preisen an, die sich im unteren Bio-Preissegment wiederfinden. Damit wollen wir sicherstellen, dass sich auch Menschen mit geringerem Einkommen gesund ernähren können.

Als weitere benachteiligte Kundengruppen sehen wir neu eröffnete Läden und Unternehmen der Gemeinschaftsverpflegung (Schulen, Kitas, Seniorenheime, Krankenhäuser). Für sie bieten wir verschiedene unterstützende Maßnahmen, um sie beim Start zu unterstützen. Unsere Kundenberater sind geschult darin, Möglichkeiten und Lösungen zu finden.

Gerade Menschen, die mit Gemeinschaftsverpflegung versorgt werden, haben oft einen erhöhten Bedarf an gesunder Ernährung (Kinder, Schüler, Senioren, Kranke). Die Essensqualität richtet sich meist nach einem vorgegebenen Essens-Pflegesatz, der die gesundheitlichen Notwendigkeiten kaum abzudecken vermag. Im Berichtszeitraum haben wir uns vor allem in diesem Marktsegment aktiv um zusätzliche Kunden bemüht.

MÄRKISCHES LANDBROT bietet ausführliche Informationen für Allergiker oder sonstige ausgegrenzte Verbraucher über die Produkte auf der eigenen Internetseite an.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- Gemeinschaftsverpflegung (Schulen, Kitas, Seniorenheime, Krankenhäuser): 5 %

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

MÄRKISCHES LANDBROT betreibt keine unethische Werbung.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Zitat aus der Charta von [fair & regional Bio Berlin-Brandenburg](#) des [Märkischen Wirtschaftsverbundes](#), in dem inzwischen alle Demeter-Bäckereien Berlins vertreten sind:

„Unser gemeinsames Ziel ist die Weiterentwicklung einer fairen, sozialen und umweltverträglichen Bio-Branche in der Region Berlin-Brandenburg.“

Die [fair & regional-Charta](#) sieht die jährliche Selbstauskunft der Mitglieder vor und gegenseitige Betriebskontrollen sowie die Bestätigung der Fairness der Mitglieder (seit 2012 in anonymer Abstimmung) untereinander.

MÄRKISCHES LANDBROT veröffentlicht viele Unternehmensberichte und externe Prüfergebnisse auf die Webseite und stellt damit weiterführende Informationen allen anderen Unternehmen und Interessierten zur Verfügung, z.B. im Managementreview, der Ökobilanz oder der Reklamationsstatistik.

Über das eigene Produktinformationssystem stellt MÄRKISCHES LANDBROT darüber hinaus transparente Informationen und Details zur regionalen Lieferkette sowie zur Herkunft der verwendeten ökologischen Rohstoffe: Informationen über Lieferanten sind hier ersichtlich und dadurch auch die Zulieferquellen von MÄRKISCHES LANDBROT offengelegt.

Die am Runden Tisch Getreide gemeinsam mit den Bäckerkollegen und Bauern besprochenen Preise nennen wir auf unserer Website. Auch das [Ergebnisprotokoll vom Runden Tisch Getreide](#) wird jährlich auf der Website veröffentlicht und ist damit allen Bäckern zugänglich. Seit 2013 sind alle Demeter-Bäckereien Berlins Teilnehmer unseres Runden Tisches Getreide. Darüber findet eine direkte Zusammenarbeit und Kooperation statt.

Die Berliner Bio-Bäcker organisieren gemeinsam die „Woche der offenen Backstuben“, den Stullenstand auf der Demo „Wir haben es satt“ und betreiben eine gemeinsame Website²⁷. Regelmäßige Treffen finden statt, dazu kommt ein alltäglicher Austausch von Rohstoffen, Maschinen, Hilfestellungen in Zeiten der Not untereinander.

Wir legen viel Wert auf eine ökologische Produktion, deren Weiterentwicklung und einen fairen und partnerschaftlichen Umgang mit allen Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette.

Ungern aber konsequent lehnen wir auch Lieferanfragen außerhalb der Region ab. Das hat zum einen ökologische Gründe, zum anderen wollen wir die regionalen Strukturen, also die Bäcker vor Ort, stärken.

MÄRKISCHES LANDBROT ergänzt das eigene Sortiment um Handelsware der Mitbewerber Bäckerei Vollkern, Bäckerei Herzberger, Vegetus, Vollkornkonditorei Tillmann, Jute-Bäckerei und Bäckerei Weichardt.

Durch vielschichtige [Kooperationen](#) und eine unternehmerische Integration verpflichtender, hoher Qualitätsstandards (Demeter, Eco Management and Audit Scheme EMAS mit jährlicher anstelle dreijährlicher Betriebskontrolle, Verbandsmitgliedschaft und Mitarbeit im Arbeitskreis Nachhaltigkeit der [Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller](#) AöL und der Klimaschutz- und Energieeffizienzgruppe der Deutschen Wirtschaft) tragen wir aktiv zur Erhöhung der ökologischen und sozialen Aspekte des Branchenstandards bei.

Im Bereich Forschung und Entwicklung kooperieren wir regelmäßig mit Studierenden und Professoren der Beuth-Hochschule in Berlin, der Hochschule für Wirtschaft und Recht in Berlin (HWR) und der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE).

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- Der investierte Zeitaufwand für Produkte, die in Kooperation erstellt werden, wird nicht erfasst.

²⁷ s. <http://bio-baecker-berlin-brandenburg.de/>

- Der investierte Ressourcenaufwand für Produkte, die in Kooperation erstellt werden, wird nicht erfasst
- Insgesamt werden 8 Prozent des Umsatzes in Kooperation mit Unternehmen erwirtschaftet, die die *gleiche oder eine andere*²⁸ Zielgruppe ansprechen und in der gleichen Region tätig sind.
- Wie verteilt sich das Engagement auf die folgenden Bereiche:
 - 80 Prozent²⁹ des Engagements von MÄRKISCHES LANDBROT entfällt auf Kooperationen und Mitarbeit mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen, sozialen oder qualitativen Branchenstandards.
 - 5 Prozent³⁰ des Engagements von MÄRKISCHES LANDBROT entfällt auf einen aktiven Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying).
 - 15 Prozent³¹ des Engagements von MÄRKISCHES LANDBROT entfällt auf eine Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen, sozialen oder qualitativen Branchenstandards.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Zum Austausch von Wissen und Erfahrungen nehmen wir regelmäßig Bäcker aus anderen Bäckereien als Gastbäcker bei uns auf, ebenso tauschen wir auf Wunsch Lehrlinge mit der auf dem gleichen Betriebsgelände ansässigen Vollkornkonditorei Tillmann. So haben die Auszubildenden die Möglichkeit sowohl die Bio-Bäckerei als auch die Bio-Konditorei kennenzulernen.

Generell ist die Überlassung von Arbeitskräften bei schwacher Auftragslage möglich, aber in den letzten Jahren nicht vorgekommen (aufgrund eines langjährigen kontinuierlichen Wachstums).

Wir empfehlen regelmäßig andere ökologische Bäcker-Kollegen bei überregionalen Anfragen, die nicht auf unseren Touren liegen – denn unser Firmenziel ist nach Möglichkeit der regionale Vertrieb in Berlin-Brandenburg.

Die kooperative Marktteilnahme (Branchentisch) ist Aufgabe des jährlichen Runden Tisches Getreide (unter Beteiligung aller Demeter-Bäcker Berlins) und der fair & regional Partner.

Wir vergeben zinslose Vorauszahlungen an und beliefernde Bauern.

MÄRKISCHES LANDBROT hat sich bereit erklärt, die Produktionsräume dem Gesundheitsamt als Schulungsort für die Hygiene-Prüfer-Ausbildung zur Verfügung zu stellen.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- In der Vergangenheit gab es Austausch von Mitarbeitern. Innerhalb des Berichtszeitraums wurden keine Arbeitskräfte zur Unterstützung an andere Unternehmen „ausgeliehen“.
- Die Anzahl der Aufträge, die an andere Unternehmen weitergegeben wurden, um diese solidarisch zu unterstützen, wird nicht statistisch erfasst.
- Innerhalb des Berichtszeitraums wurden an Unternehmen aus anderen Branchen im Mittel pro Jahr rund 100.000 Euro als Darlehen vergeben. An Unternehmen der gleichen Branche wurden (ebenfalls aufgrund der gesamten wirtschaftlichen Lage) rund 6.500 Euro als Darlehen vergeben.

²⁸ Auf die Aufschlüsselung wurde aufgrund des zusätzlichen Aufwandes verzichtet.

²⁹ Zahl grob geschätzt

³⁰ Zahl grob geschätzt

³¹ Zahl grob geschätzt

- Bei MÄRKISCHES LANDBROT abgelehnte Bäckerbewerber wurden nach Möglichkeit an andere suchende Bäckerkollegen vermittelt.

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

MÄRKISCHES LANDBROT verfügt in der Branche der Bäckereien über keine Marktmacht. Bezogen auf die Nische der Demeter-Bäckereien gehört MÄRKISCHES LANDBROT zu den etwas größeren Bäckereien. In dem Bereich der Bio- und Demeter-Bäckereien arbeitet MÄRKISCHES LANDBROT aktiv mit den Bäckerkollegen anderer Bio-Bäckereien zusammen an fairen Kooperationen, z.B. über die fair & regional Partnerschaft (siehe D2.1 Kooperation mit Mitunternehmern).

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

Alle Demeter-Bäckereien Berlins treffen sich regelmäßig am Runden Tisch Getreide und reden offen und kooperativ miteinander. Es findet kein wertender Vergleich mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmern in der Kommunikation statt.

Die mit den Bauern erzielten Preise werden allen am Runden Tisch Getreide teilnehmenden Bäckereien kommuniziert, die Protokolle im Internet veröffentlicht.

MÄRKISCHES LANDBROT arbeitet an fairen und kooperativen Beziehungen mit allen Bäckereien und sieht sich selbst als ökologischen Innovationsführer. Zum Beispiel mit dem Product Carbon Footprint (PCF), der extra für Bäckereien entwickelt wurde und dann als Buch dokumentiert wurde.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

In diesem Abschnitt des Gemeinwohl-Ökonomie-Berichts geht es um die Nutzung und Entsorgung von Produkten. Bezogen auf MÄRKISCHES LANDBROT geht es darum, welche ökologischen Auswirkungen durch die Nutzung und Entsorgung der Brote entstehen.

Die ökologischen Auswirkungen der Produkte werden nach dem eigens für Bäckereien entwickelten Verfahren des ökologischen Fußabdrucks (Product Carbon Footprint PCF) erfasst, entwickelt von Christoph Deinert und Prof. Dr. Jens Pape, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde.

Der ökologische Fußabdruck von Brot beträgt nach diesen Studien mit etwa 600 Gramm CO₂/Kilogramm Brot ein Sechzehntel des Fußabdruckes von Fleisch und Milchprodukten (circa 10.000 Gramm CO₂/Kilogramm). Brot ist darüber hinaus ein Grundnahrungsmittel, dass wir in 100 Prozent ökologischer sowie überwiegend regionaler Qualität anbieten. Aufgrund der demeter-Rohstoffe (höchste Anforderungen an ökologische Qualität) und Demeter-Verarbeitung (geringste Anzahl zugelassener Backhilfs- und Zusatzstoffe) erfüllt das Brot von MÄRKISCHES LANDBROT die aktuell höchsten Standards für Bio-Lebensmittel. Der Demeter-Standard beinhaltet das Prinzip der geschlossenen Stoff-Kreisläufe.

Seit dem Jahr 1992 wird regelmäßig eine [Öko-Bilanz](#) erstellt, die detailliert die kontinuierliche Verbesserung im Hinblick auf Effizienz und Konsistenz dokumentiert. Seit dem Jahr 1995 arbeitet MÄRKISCHES LANDBROT mit einem nach dem Eco Management and Audit Scheme (EMAS) zertifizierten [Umweltmanagementsystem](#). Seit dem Jahr 2008 werden jährlich aktualisierte Product Carbon Footprints ([PCF](#)) aller Brote erstellt und in

der Öko-Bilanz veröffentlicht.

In diesem Abschnitt werden die ökologischen Auswirkungen der Produkte (Brote) im Hinblick auf Nutzung und Entsorgung betrachtet. Aus der Abbildung (Abbildung 10: Entwicklung des mittleren Product Carbon Footprint) zum Product Carbon Footprint lassen sich die unterschiedlichen Anteile der einzelnen Stationen vom Anbau bis zum Kauf durch die Kunden (Endverbraucher) erkennen. Der größte Anteil an Emissionen wird durch die Wahl des Fortbewegungsmittels, mit dem die Endverbraucher zum Einkaufen fahren, beeinflusst. Aus diesem Grund hat MÄRKISCHES LANDBROT einen eigenen [Product Carbon Footprint Rechner](#) entwickelt und stellt diesen zur Überprüfung des eigenen Konsumverhaltens auf der Website zur Verfügung.

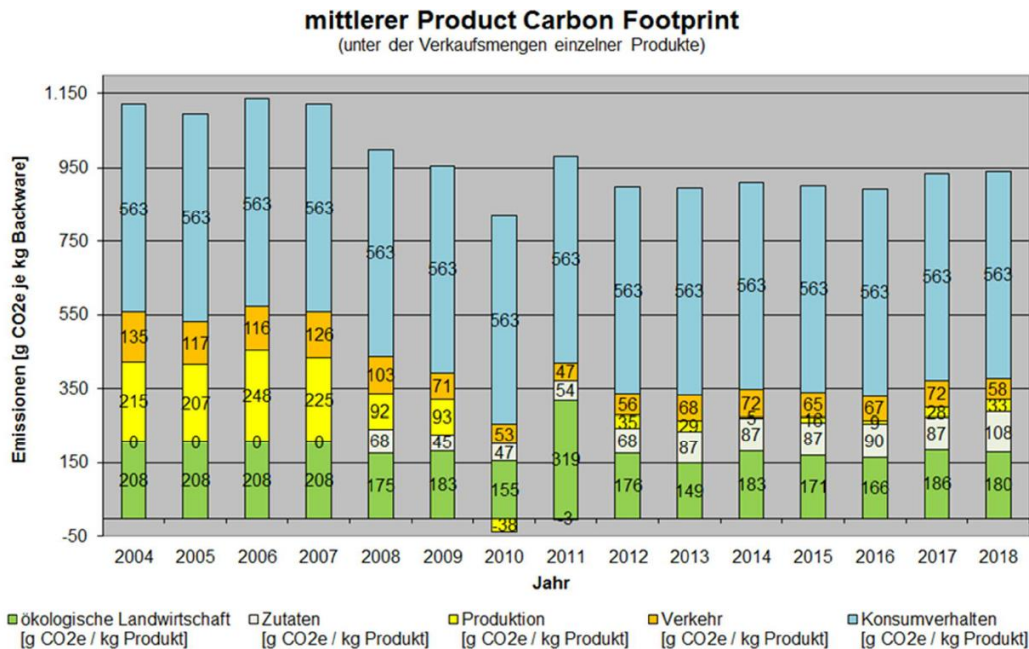


Abbildung 10: Entwicklung des mittleren Product Carbon Footprint

Darüber hinaus ist in diesem Abschnitt nach den ökologischen Auswirkungen der Produkte bei der Entsorgung gefragt. Da Brot ein einfaches Grundnahrungsmittel ist, das aus 100 Prozent Natur-Rohstoffen besteht, fügen sich auch die entsorgten Produkte wieder direkt in den biologischen Kreislauf ein.

MÄRKISCHES LANDBROT setzt sich aktiv für den Erhalt der biologischen Vielfalt ein. Beim Getreide verzichten wir auf Hybridsorten, also Sorten, die nicht vermehrungsfähig (nachbaubar) sind. Auch bei unseren anderen pflanzlichen Zutaten arbeiten wir daran, ausschließlich auf die Erträge samenfester Sorten zurückgreifen zu können.

Unser aktiver Beitrag zur Förderung von Agrobiodiversität liegt neben der Unterstützung des biologisch-dynamischen Landbaus auch in der Nutzung alter, traditioneller Sorten. Wir unterstützen Initiativen zur Rekultivierung alter Getreidesorten und bauen diese in Zusammenarbeit mit mehreren Betrieben an. So verarbeiten wir z.B. auch Champagnerroggen in unseren Broten – eine regionale, alte Getreidesorte. Zudem fördern wir die biologisch-dynamische Pflanzenzüchtung und unterstützen damit eine Gegenbewegung zu der zunehmenden Monopolisierung in der Saatguterzeugung.

Der biologisch-dynamische Anbau, aus dem wir unsere Zutaten beziehen, hat nachweislich eine positive Wirkung auf den Erhalt der Artenvielfalt in der Kulturlandschaft. So kommen auf Bio-Äckern deutlich mehr Wildkräuter und Tierarten

vor als auf konventionellen Flächen. Der Ökolandbau ist dafür prädestiniert, die Biodiversität zu schützen, gezielt zu fördern und vielfältige und regionaltypische Kulturlandschaften zu erhalten.

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

In diesem Abschnitt der Gemeinwohl-Bilanz geht es um die maßvolle Nutzung von Produkten (Suffizienz). „Suffizienz heißt, Material und Energie zu sparen.“ ([BUND e.V.](#)).

MÄRKISCHES LANDBROT bietet ausschließlich Bioprodukte auf der höchsten Qualitätsebene (demeter) an. Durch die Erfüllung der Demeter-Anforderungen werden genmanipuliertes Saatgut, Kunstdünger, eine Vielzahl an Zusatzstoffen, Emissionen usw. vermieden.

Die Rückführung von Reststoffen aus der Produktion in die Wertschöpfungskette wird seit Jahren in unserer Öko-Bilanz dokumentiert. Nach Recherchen in dem Buch „Die Essensvernichter“ von Stefan Kreuzberger und Valentin Thurn entstehen in kleinen Bäckereien bezogen auf die Getreideernte circa zehn Prozent Lebensmittelabfälle und in großen Bäckereien circa zwanzig Prozent. Die Verbraucher verursachen etwa fünfzehn Prozent Lebensmittelabfall.

MÄRKISCHES LANDBROT besteht aus einer Vollkornmühle, in der das regionale Korn zu Vollkornschrot oder -mehl vermahlen wird und aus der Bäckerei, die das Vollkornmehl verbackt. MÄRKISCHES LANDBROT verfolgt verschiedene Ansätze, damit Lebensmittel nicht einfach in der Tonne landen. In der Mühle und Bäckerei von MÄRKISCHES LANDBROT werden die in der Produktion anfallenden organischen Reststoffe soweit wie möglich weiterverarbeitet.

Zu viel gebackene Sauerteigbrote werden geröstet und als Röstbrot wieder Teil der neuen Produktion. Fallen weitere

Brote an, die nicht verkauft werden konnten aber noch verzehrbar sind, werden sie an verschiedene Spendenempfänger wie z.B. die neuköllner Suppenküche oder die Berliner Tafel verspendet. Nicht für Menschen verzehrbare Brotreste werden an Bauern zur Verfütterung verschenkt. Um dies rechtlich zu dürfen, haben wir uns als Futtermittelhersteller zertifizieren lassen.

Der verbleibende, nicht direkt nutzbare Anteil wird mithilfe der Biotonne über die Entsorgungsdienstleister BRAL und BSR entsorgt (Futtermittelverwendung bei BRAL und Kompostierung bei der BSR).

Bereits im Januar 2013 erschien das Buch „Kochen mit Brot“, das von Tainá Guedes und Joachim Weckmann (Geschäftsführer MÄRKISCHES LANDBROT) herausgegeben wurde. In allen Rezepten wird Restbrot verwendet, wodurch das Buch Ideen und Anregungen zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung liefert.

Wortwörtlich nehmen wir das Ziel, „gemeinsam ökologisch zu handeln“. Wenn der Fahrer das Brot in die Läden liefert, nimmt er auf demselben Weg manchmal den Kuchen vom Konditor mit, der auf dem gleichen Gelände ansässig ist.

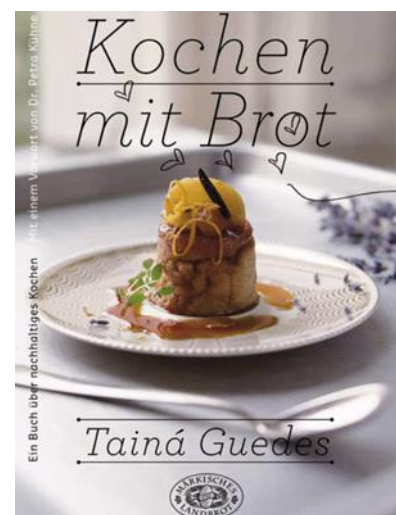


Abbildung 11: Foto: Kochbuch
»Kochen mit Brot«

Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

MÄRKISCHES LANDBROT setzt sich aktiv für die kontinuierliche Verringerung negativer ökologischer Auswirkungen, für einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) ein. Im Umweltmanagement nach Eco Management and Audit Scheme (EMAS) ist der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP) gesetzlich verpflichtend. Dies wird im Rahmen der Evaluierung des Umweltmanagements regelmäßig extern überwacht.

Eine Steigerung der Verkaufsmenge von Brot führt zu einer Verbesserung der ökologischen Gesamtsituation.

Verbesserungspotenziale

- Ziele 2020: Bezug von CO₂e-neutralem Erdgas für die Backöfen und die Heizung. Dadurch CO₂e-Kompensation der Emissionen der Auslieferungslogistik möglich.

D4 Kunden-Mitwirkung und Produkt-Transparenz

D4.1 Kunden-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Die von MÄRKISCHES LANDBROT angebotenen Produkte sind ausschließlich hochwertige Produkte mit einer hohen Nachhaltigkeitswirkung.

Mit allen großen Kunden führt unsere Verkaufsleitung jährlich ein Kundengespräch. Unsere vierzig wichtigsten Kunden werden monatlich von unserer Kundenbetreuerin Sabine Jansen besucht. In den regelmäßigen Gesprächen geht es auch darum, Ideen und Meinungen zur Produktentwicklung und spezielle Wünsche der Kunden aufzunehmen. Auch unsere Reklamationsbearbeitung (Reklamationen durch die Kunden) hat einen wesentlichen Anteil an der Qualität unserer Produkte. Bestellannahme und Beratungen werden täglich telefonisch durchgeführt, dadurch leben wir eine hohe Kundennähe im direkten Dialog. Eine telefonische Erreichbarkeit ist rund um die Uhr gewährleistet. Alle Kunden (Handel) haben direkte Ansprechpartner und Kontaktdaten für die einzelnen Betriebsbereiche von MÄRKISCHES LANDBROT (Kontaktkarte). Für Notfälle oder Störungen ist die Geschäftsführung täglich 24 Stunden erreichbar. In Zusammenarbeit mit dem Handel, ermitteln wir auch die Bedürfnisse und Vorschläge der Endverbraucher (Kunden des Handels). Für Kunden des Handels bieten wir auch den Service an, sie bei Fragen zurück zu rufen.



Abbildung 12: Monatsbrot: Cranberry-Walnuss

Durch den kontinuierlichen Dialog mit unseren Kunden und deren Kunden fließen permanent Rückmeldungen, Ideen und Verbesserungsvorschläge in unsere Entscheidungen ein.

Aus Sicht von MÄRKISCHES LANDBROT ist damit eine kontinuierliche Einbindung der Kunden in die Produktentwicklung gegeben.

Um die Kunden des Handels (Endverbraucher) über das Sortiment mitentscheiden zu lassen, entwickeln unsere Bäcker alle zwei Monate eine Spezialität: unser [Monatsbrot](#) (z.B. das Cranberry-Walnuss-Brot oder das Tibet-Brot).

Über die Nachfrage nach den Monatsbroten erhalten wir direkt die Rückmeldung, ob unsere Brote den Geschmack getroffen haben. Dadurch entscheiden die Kunden mit, welche Brote ins Sortiment aufgenommen werden und welche herausfallen.

Vorschläge und Ideen werden auch von den vielen Besuchern bei Führungen durch den Betrieb gemacht.

Verbraucher informieren wir durch regelmäßige Verkaufsaktionen über die Qualität unserer Brote.

Durch intensiven, direkten Kontakt zu unseren Kunden erhalten wir sehr schnelle Rückmeldungen über eventuelle Reklamationen.

Kundenreklamationen veröffentlichen wir im Rahmen des [Managementreviews](#).

Seit dem Jahr 2012 haben wir unseren Betrachtungszeitraum für Reklamationen auf das Erntejahr umgestellt, da die meisten Reklamationen auf die backtechnischen Werte zurückzuführen sind und sich damit ein besserer Zusammenhang erschließen lässt. Erfreulicherweise bewegen sich die Reklamationen auf einem sehr niedrigen Niveau und nehmen weiter ab. Wir leben eine offene Kommunikation nach dem Motto „Es gibt immer einen Anfang für das Bessere.“.



Abbildung 13: Das Landbrot-Team auf der Terra-Messe

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind: Geschätzt 50 Prozent
- Anzahl der Produktinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind: 100 Prozent. Da wir ausschließlich ökologische Produkte anbieten sind auch alle Produktinnovationen/Verbesserungen ökologische Produkte: 100 Prozent

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Suche nach interessierten Kunden und Endverbrauchern (evtl. über eine Ausschreibung) zur Einrichtung eines institutionalisierten Kundenbeirates.

D4.2 Produkttransparenz

Wir bieten eine hohe Produkttransparenz durch die nahezu tagesaktuelle Nachverfolgbarkeit aller Zutaten bis zum Bauern und über die [Volldeklaration aller Eigenprodukte](#) unseres Sortiments. Alle Zutaten unserer etwa 40 verschiedenen Brotsorten findet man auf unserer [Homepage](#).

Die [Preiskalkulation der Brote](#) ist auf unserer Internetseite leicht verständlich dargestellt. Unsere Brote liegen eher im unteren Preissegment der Biobranche (trotz Demeter-Qualität), was wir bewusst so gestalten, um möglichst vielen Menschen den Kauf qualitativ hochwertiger Nahrungsmittel zu ermöglichen (s.a. [Firmenziele](#)). Bei der Kundenauswahl haben wir uns bewusst für die Kooperation mit dem Naturkostfachhandel entschieden, der auch den größten Anteil unserer Lieferungen ausmacht. Zusätzlich spielt für uns die regionale Nähe unserer Kunden eine wichtige Rolle. Der Großteil unserer Kunden ist in der Region Berlin-Brandenburg ansässig. Einige Ausnahmen haben wir gemacht, falls es in Regionen keine andere Bio-Bäckerei gibt, die dorthin liefern kann. In einigen Fällen haben wir bereits Kunden abgesagt bzw. an andere regionale Bäckereien aus der Nähe weiterempfohlen, um eine Konkurrenz zu den dortigen Bäckern zu vermeiden.

Durch die ökologische Ausrichtung und die umfangreichen Nachhaltigkeitsleistungen im Rahmen des Umweltmanagementsystem (UMS) werden externalisierte Kosten

weitestgehend vermieden. Externe Überprüfungen helfen bei der von uns angestrebten kontinuierlichen Verbesserung.

In 2019 haben wir ein Konditionsblatt entwickelt und veröffentlicht, das für alle unsere Kunden gilt. So wird für alle unsere Kunden sichtbar, welchen Konditionsrahmen wir bieten.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in Prozent des Umsatzes): 100 Prozent,
- davon 92,5 Prozent Volldeklaration (Rest Handelsware).
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in Prozent des Umsatzes): 92,5 Prozent (Eigenprodukte 100 Prozent, beispielhaft Roggenbrot)

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Ausweitung der Beispiele für die Preiszusammensetzung, um Transparenz zu gewährleisten: Stichwort „Wahre Preise“.

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrstoffen

Die Produkte von MÄRKISCHES LANDBROT enthalten keine Schadstoffe.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

Das Firmenziel von MÄRKISCHES LANDBROT ist es, mit guten Produkten (Vollkorn-Brote in höchster demeter-Qualität) einen positiven Nutzen für die Gesellschaft zu stiften. Die Produkte von MÄRKISCHES LANDBROT befriedigen zu nahezu 100 Prozent die Grundbedürfnisse nach Lebenserhaltung, Ernährung und Gesundheit ohne Statusfunktion und Suchtwirkungen. Hier sehen wir ausschließlich positive Auswirkungen durch hohe ökologische und soziale (auch gesundheitliche) Standards und die nachhaltige Herkunft der Rohstoffe.

Um den Sinn und die gesellschaftliche Wirkung der Produkte in Gänze zu verdeutlichen, wird auch der Anbau der Rohstoffe für die Produkte und die innerbetriebliche Nachhaltigkeits-Leistung ganzheitlich betrachtet. Die Rohstoffe stammen mindestens aus kontrolliert biologischem Landbau, bevorzugt Demeter-Landwirtschaft. Der Kauf von Produkten von MÄRKISCHES LANDBROT führt daher zu einer Ausweitung ökologisch bewirtschafteter Flächen mit allen damit in Verbindung stehenden positiven sozialen und ökologischen Aspekten. Ferner führt der Kauf zur Produktion und zum Konsum von gesunden Nahrungsmitteln, was ebenfalls positive Effekte für Mensch und Umwelt zur Folge hat.

Unsere Umweltschwerpunkte werden im jährlich weiterentwickelten Umweltprogramm aktiv umgesetzt und stetig überprüft. Im Rahmen des Öko-Audits werden die Umweltauswirkungen des Unternehmens analysiert und eine Prioritätenliste zur Bearbeitung der verschiedenen Umweltaspekte angelegt. Im Rahmen des Umweltprogramms werden die Schwachstellen im Betrieb mit Arbeitsansätzen zu ihrer Behebung unterlegt. Die Ziele des Umweltprogramms werden konkret formuliert und kontinuierlich aktualisiert, die Maßnahmen und Ergebnisse dazu dokumentiert. Alle erfassten ökologischen Daten werden im Rahmen der Öko-Bilanz veröffentlicht.

Bestandteil des zertifizierten Umweltmanagementsystems Eco Management and Audit Scheme (EMAS) sind auch unser jährlich publizierter Managementreview und die alle drei Jahre zu erstellende Umwelterklärung.

Weiterhin werden regelmäßig die Demeter-Zertifizierung, externe Qualitätskontrollen und die Überprüfung ökologischer und sozialer Aspekte über die fair & regional-Anerkennung durchgeführt.

Die konkrete Unterstützung und Förderung von ökologischer Saatgutvermehrung (Möglichkeit der Bauern zum Nachbau des Saatgutes), die Förderung des ökologischen Landbaus sowie gesunde Ernährung senken die gesellschaftlichen Gesundheitskosten und fördern den Verbleib des Saatgutes als für alle zugängliches Gemein- und Kulturgut.

„MÄRKISCHES LANDBROT trägt durch konsequent ökologische Produktion mit biologischen Rohstoffen zur Gesundung der Erde bei und dient mit seinen Produkten der Gesundheit und dem Wohlbefinden der Menschen.“ – So lautet das übergeordnete Firmenziel von MÄRKISCHES LANDBROT.

Im Hinblick auf die Erfüllung der 17 Sustainable Development Goals (SDG), die globalen Ziele für Nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN) trägt MÄRKISCHES LANDBROT zu folgenden Zielen bei:



2 ZERO HUNGER Hunger beenden: Eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern.



3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING Gute Gesundheit und Wohlbefinden: Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern.



6 CLEAN WATER AND SANITATION Sauberes Wasser durch ökologische Landwirtschaft.



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum: Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern.



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION Verantwortungsvoll konsumieren und produzieren: Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen.



13 CLIMATE ACTION Handeln für den Klimaschutz: Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen.



15 LIFE ON LAND Leben an Land: Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen.



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS Partnerschaften für die UN-Ziele: Umsetzungsmittel stärken und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- 100 Prozent der Eigenprodukte erfüllen die menschlichen Grundbedürfnisse: Lebenserhaltung, Gesundheit, Wohlbefinden
- Keines der Produkte stellt ein Statussymbol bzw. Luxus dar
- 100 Prozent der Produkte dienen der Entwicklung der Menschen

- 100 Prozent der Produkte dienen der Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme lt. UN-Entwicklungszielen
- 100 Prozent der Produkte weisen einen Mehrfachnutzen auf (z.B. gesunde Ernährung und ökologische Herstellung)
- 0 Prozent der Produkte weisen einen hemmenden bzw. Pseudo-Nutzen auf
- 0 Prozent der Produkte weisen einen Negativ-Nutzen auf

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Die Vollkornprodukte von MÄRKISCHES LANDBROT fördern die Gesundheit der Menschen, gleichzeitig führt die Anbauweise der Rohstoffe vom Acker bis zur Ladentheke zu deutlich geringeren ökologischen Auswirkungen. MÄRKISCHES LANDBROT ist eine Lieferbäckerei und besitzt keine eigenen Verkaufsstellen. Wir haben bewusst entschieden, uns auf den Naturkostfachhandel und ökologisch oder sozial orientierte Kunden zu fokussieren. Aus Gründen gesellschaftlicher Verantwortung führen wir keine Geschäftsbeziehungen zu Discountern und arbeiten auf der Grundlage der Leitlinien des Vertriebs von demeter-Produkten.

Im Sinne einer mäßigen Preispolitik mit Blick auf den Endverbraucher verzichtet MÄRKISCHES LANDBROT bewusst auf die Zwischenhandelsstufe.

Die Reichweite im Hinblick auf die erreichten Berührungsgruppen geht über die direkten Kunden hinaus bis zum Endverbraucher.

Durch die klare nachhaltige Ausrichtung von MÄRKISCHES LANDBROT (z.B. Demeter-Bäckerei) sind die Produkte klar als ökologisch höherwertig erkennbar, was zu einem bewussteren Einkaufsverhalten führt.

Zum Einen führt der Anbau von demeter-Getreide im Vergleich zu konventionellem Anbau zu einer wesentlichen besseren Erhaltung der Böden und damit der Fruchtbarkeit des Bodens, zum Anderen trägt der Demeter Anbau dazu bei, dass auch kommende Generationen gesunde und ökologische Lebensmittel ernten können.

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Die Produkte von MÄRKISCHES LANDBROT weisen positive Auswirkungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen auf. Die Auswirkungen der Produkte von MÄRKISCHES LANDBROT auf die Freiheit der Menschen und auf die Biosphäre sind durchweg positiv.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

MÄRKISCHES LANDBROT produziert und verkauft keine unethischen Produkte.

Auch die Kunden von MÄRKISCHES LANDBROT produzieren bzw. vertreiben keine unethischen Produkte.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

MÄRKISCHES LANDBROT

veröffentlicht jährlich die erwirtschafteten und verteilten Werte³².

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- Umsatz 2016: 8,2 Mio €
2017: 8,5 Mio €
- Nettoabgabenquote 2017: 30 Prozent³³

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

MÄRKISCHES LANDBROT engagiert sich auch außerhalb des Kerngeschäftes für nachhaltige Projekte im Kiez, der Region, dem Land und auch international. Die Unterstützung der Berliner Tafel, der Suppenküchen von Neukölln oder der Berliner Kältehilfe bewirkt auch eine Teilhabe von Randgruppen und Menschen in prekären Lebensverhältnissen an gesunden Grundnahrungsmitteln. In den Firmenzielen von MÄRKISCHES LANDBROT ist ein Aufwand für

Spenden und Sponsoring von mindestens 10 Prozent vom

Jahresüberschuss (nach Steuern) verankert. Diese Mittel setzen sich aus Sachspenden und Geldbeträgen zusammen. Sachspenden können Brote und Brötchen sein, die zu viel gebacken wurden, können aber auch z.B. für Veranstaltungen extra bestellt und produziert sein.

Im Jahr 2017 spendete MÄRKISCHES LANDBROT insgesamt einen Betrag in Höhe von 150.000 Euro. Eine Übersicht über geförderte [Projekte von lokal bis global](#) finden sich auf der Website von MÄRKISCHES LANDBROT.

Gut drei Viertel der Spenden- und Sponsoringmittel wurden 2017 für Berlin und

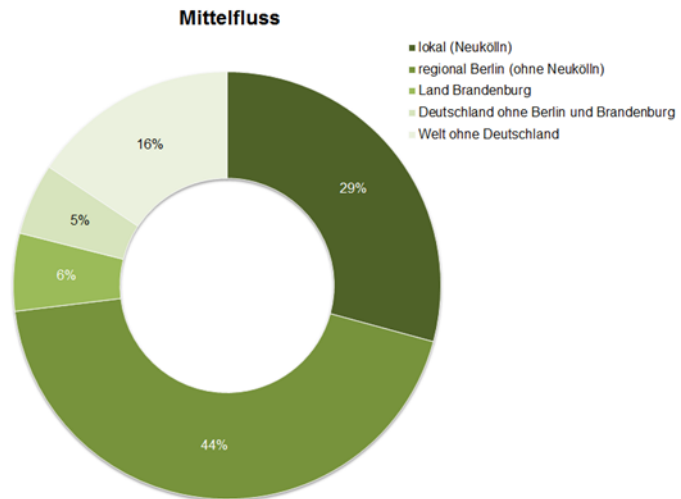


Abbildung 14: Verteilung der Sach- und Geldspenden 2017

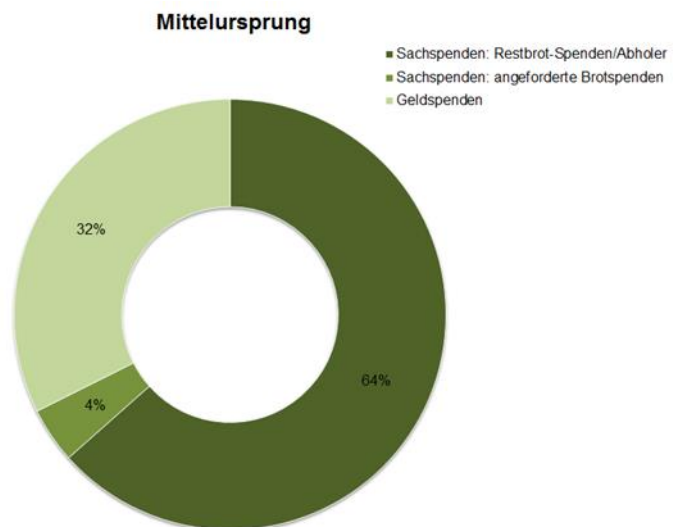


Abbildung 15: Mittelursprung 2017

³² <https://www.landbrot.de/oekonomie/wirtschaftliche-leistung.html>

³³ Rechenweg: Körperschaftsteuer 15 % lineare Tarifbelastung + 5,5 % Solidaritätszuschlag hierauf (entspricht 0,825 %), Summe 15,825 %. Die Gewerbesteuer errechnet sich wie folgt: Der Gewerbeertrag wird auf volle 100 € abgerundet. Hiervon wird der Gewerbesteuermessbetrag mit 3,5 % ermittelt. Auf den Gewerbesteuermessbetrag wird eine Gewerbesteuer erhoben mit dem Hebesatz. Dieser beträgt in Berlin 410 %. Die Gewerbesteuer beläuft sich also auf 14,35 %. In der Summe ergibt das 30,175 % (Körperschaftsteuer / Solid. 15,825 % + Gewerbesteuer 14,35 %).

Brandenburg aufgewendet. Die übrigen Mittel wurden überregional eingesetzt.

Mit mehr als der Hälfte der Mittel wurden Grundbedürfnisse wie Hunger und medizinische Versorgung abgedeckt. Wesentliche Anteile fließen in den Bereich Ausbildung. 34 Prozent der Mittel kamen gesellschaftspolitischen Projekten für eine lebenswerte, sichere und ökologisch und sozial nachhaltige Zukunft zugute.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

Die Summe aus Spenden und Sponsoring beträgt insgesamt für das Jahr 2017 1,8 Prozent des Umsatzes. Hierin sind nicht die Zeiten enthalten, die die beiden Geschäftsführer bei sozial-ökologischen Veranstaltungen mit Vorträgen, Präsentation und ähnlichen Tätigkeiten verbringen.

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

MÄRKISCHES LANDBROT ist eine eigenständige GmbH und besitzt keine Niederlassungen in anderen Ländern. Es werden keine Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt. MÄRKISCHES LANDBROT hat keine Geschäftspartner in sogenannten Steueroasen. Es finden keine internationalen Finanztransaktionen statt.

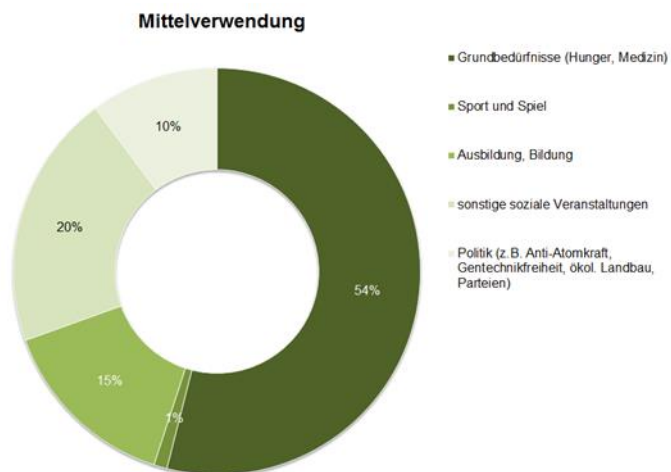


Abbildung 16: Mittelverwendung 2017

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Um Korruption von vornherein zu vermeiden, pflegt MÄRKISCHES LANDBROT einen sehr hohen Grad an Transparenz nach innen wie nach außen. Zusätzlich unterstützen unsere verschiedenen Zertifizierungen/Kennzeichnungen (wie z.B. Demeter, fair & regional, Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), Eco Management and Audit Scheme (EMAS) sowie Steuerberater, die Transparenz durch die Kontrolle Dritter.

Alle Führungskräfte unterschreiben jährlich eine Compliance-Erklärung in der sie bestätigen, dass im Betrieb alle gesetzlichen Auflagen erfüllt werden und sie keine Geschenke, Zahlungen, Einladungen oder Dienstleistungen angeboten, versprochen, gefordert, gewährt oder angenommen haben, die mit der Absicht gewährt wurden, eine Geschäftsbeziehung in unzulässiger Weise zu beeinflussen oder bei denen die Gefahr bestand, die professionelle Unabhängigkeit des Geschäftspartners zu gefährden. Die Erklärung wird unterschrieben im Managementreview veröffentlicht.³⁴

Alle „responsible Lobbying“-Aktivitäten und Verbandsmitgliedschaften/-mitarbeiten sind auf unserer Website veröffentlicht.

Zwischen 2014 und 2017 hat MÄRKISCHES LANDBROT keine Parteispende getätigt.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden: Ja, siehe *Anlage 2: Spendenliste MÄRKISCHES LANDBROT* auf Seite 63.

³⁴ s. Managementreview: <https://www.landbrot.de/aktuelles/oeffentlichkeit/downloads/firmenberichte.html>

- Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten und Lobbying-Aufwendungen: Ja, siehe Website <https://www.landbrot.de/ueber-uns/kooperationen-netzwerke.html>
- Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil: Ja, alle finanziellen Bewegungen laufen über den Schreibtisch beider Geschäftsführer. Anonyme Hinweise können in den Postkasten des Betriebsrates eingeworfen werden.
- Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv-Aspekt: Wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens): Ja, Freigabe und Kontrolle über Geschäftsführung

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

MÄRKISCHES LANDBROT hat seit 1995 ein nach Eco Management and Audit Scheme (EMAS) zertifiziertes Umweltmanagement (erste Öko-Bilanz 1992). Seit 1994 werden Umweltaspekte und Umweltauswirkungen erhoben und daraus ein Umweltprogramm verabschiedet (komplett dokumentiert und veröffentlicht online in der [Öko-Bilanz](#)). Ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP) unterstützt die Bäckerei seit 1981 und ist seit 1995 im Rahmen von EMAS zertifiziert. Jährlich werden alle Product Carbon Footprint (PCF) CO₂e-Fußabdrücke der Eigenprodukte aktualisiert und seit 2008 in der Ökobilanz dokumentiert. Die aktuellen Werte sind als Product Carbon Footprint (PCF)-Tool auf der Website einsehbar.

Die regelmäßige Datenermittlung ist sehr umfangreich und wird vollständig veröffentlicht. Über die verschiedenen [Brancheninitiativen](#), in denen MÄRKISCHES LANDBROT aktiv ist, werden die Daten auch mit anderen Unternehmen geteilt und besprochen.

Die Emissionen von MÄRKISCHES LANDBROT schwanken seit 2013 um die Grenze zur CO₂e-Neutralität bei Berücksichtigung des Wiederaufforstungsprojekts (siehe *Abbildung 18* auf Seite 52).

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

Emissionen

Die CO₂e-Quote addiert die CO₂-Äquivalente aller wesentlichen Emissionen und setzt sie ins Verhältnis zur Produktionsmenge. Ziel ist es, die Quote so weit wie möglich zu reduzieren.

Seit der Umstellung auf Ökostrom Ende 2001 schwankte die Emissionsquote auf einem ähnlichen Niveau. Deutlich lässt sich die Entwicklung an der positiven Trendlinie ablesen (s. *Abbildung 17: Emissionsquote ohne Berücksichtigung des Wiederaufforstungsprojekts* auf Seite 52). Die Emissionsquote betriebsinterner Emissionen lag 2017 bei 168 g CO₂e / Kilogramm Produkt (ohne Berücksichtigung der Kompensation durch Aufforstungsflächen).

Anders als beim Product Carbon Footprint (PCF)-Projekt (siehe *Abbildung 10: Entwicklung des mittleren Product Carbon Footprint* auf Seite 41) sind hier keine auf den Vertrieb von Handelswaren bezogenen Anteile (wie z. B. allgemeiner Strom- und Heizenergiebedarf) herausgerechnet worden.

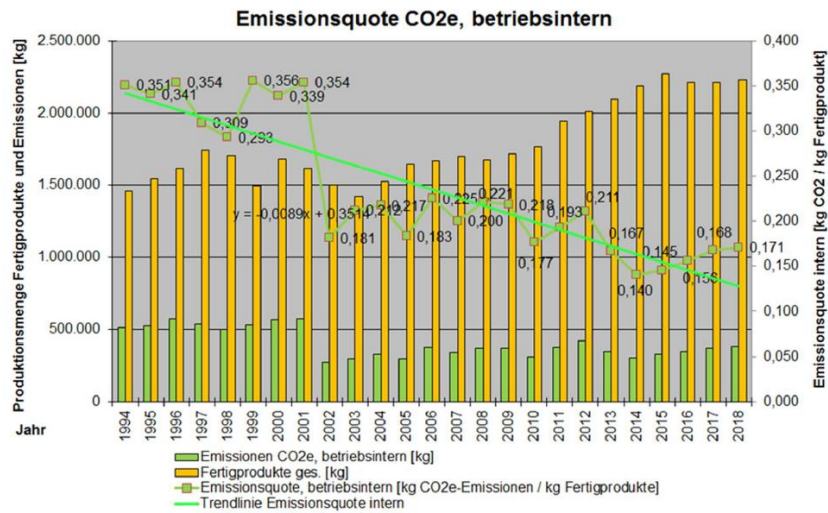


Abbildung 17: Emissionsquote ohne Berücksichtigung des Wiederaufforstungsprojekts

Bezieht man die Kompensationsleistung der von MÄRKISCHES LANDBROT finanzierten Urwaldaufforstung auf Borneo ein, so resultiert eine geringere Emissionsquote (siehe Abbildung 18: Emissionsquote mit Berücksichtigung des Wiederaufforstungsprojekts auf Seite 52)

Zusätzlich zur Umstellung auf Ökostrom und Erdgas wirken sich hier auch die Einschätzungen der Kompensationsleistungen der Urwaldpflanzung durch Primaklima aus. So wurde die Kompensationsleistung 2005 mit 50.000 Kilogramm CO₂ angegeben, 2008 auf 188.000 und 2010 auf 376.000 Kilogramm CO₂ nach oben korrigiert. Deutlich lässt sich die Entwicklung an der Trendlinie ablesen.

Die Emissionsquote betriebsinterner Emissionen lag 2018 knapp über 0 Gramm CO₂e je Kilogramm Produkt. Seit 2010 sind wir CO₂e-neutral. Das bedeutet, dass die durch die Produktion im Betrieb entstehenden Emissionen im Durchschnitt kompensiert wurden.

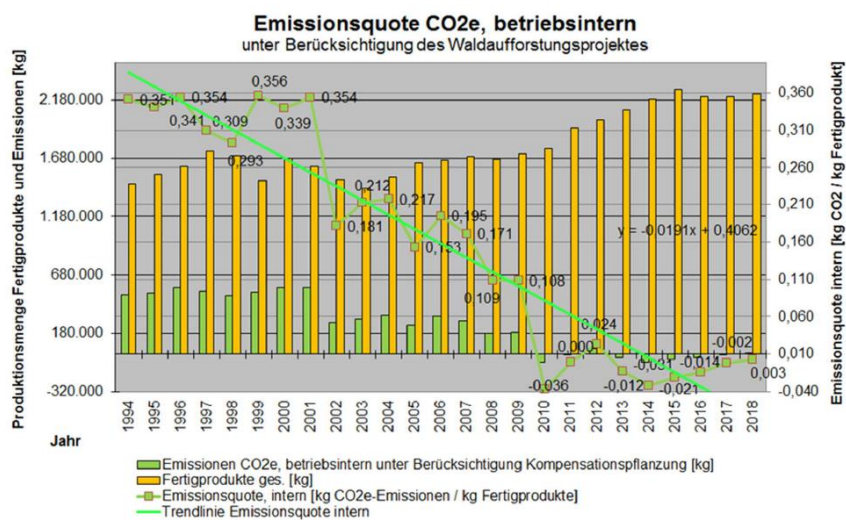


Abbildung 18: Emissionsquote mit Berücksichtigung des Wiederaufforstungsprojekts

Emissionen, verkehrsbedingt

Seit 2004 werden auch die betriebsinduzierten, verkehrsbedingten Umweltauswirkungen in die Öko-Bilanz einbezogen.

Dabei handelt es sich um die Arbeitswege der Mitarbeiter mit dem PKW, die Auslieferung

und Lieferung der Produkte und Rohstoffe (mit der externe Speditionen beauftragt sind) sowie des Verkehrs durch sonstige externe Personen (wie Kommissionierer, Handwerker, Berater usw.). Der Verkehr durch Baumaßnahmen wurde nicht berücksichtigt.

Die Emissionsquote für den Verkehr lag 2018 bei 102 Gramm CO₂e je Kilogramm Produkt. Bis Mitte 2019 wird ein erneuter Tourenbereinigungsprozess abgeschlossen sein. Bestandteil ist auch eine Bereinigung von Auslieferstellen, die nicht auf den Tourenwegen liegen. Außerdem wurde der Mindestbestellwert erhöht. Dies soll insgesamt zu einer ökologischeren und effizienteren Auslieferung führen.

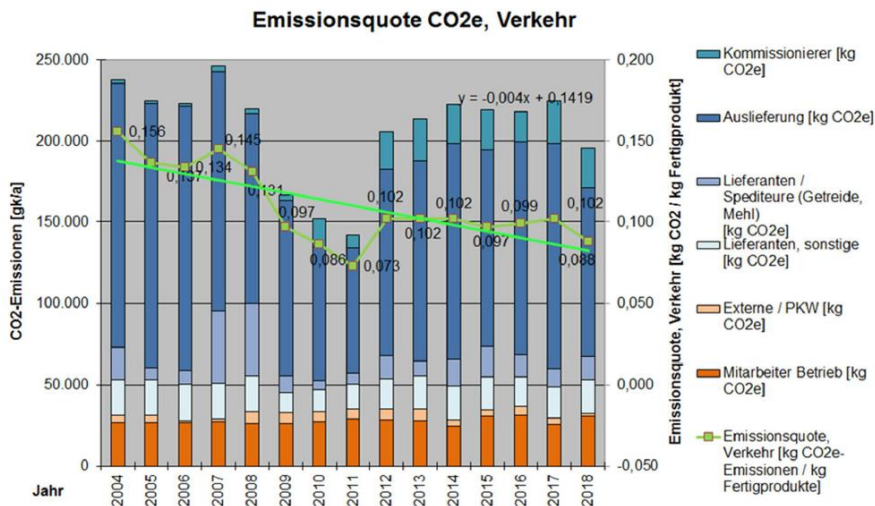


Abbildung 19: Emissionsquote Verkehr

Bei den vier beauftragten Fuhrunternehmen, die die Produkte von MÄRKISCHES LANDBROT ausliefern, führen 2018 zehn der fünfzehn LKW mit Erdgas. Mit den Partnern ist vereinbart, dass der Fuhrpark bis 2021 vollständig auf Erdgas oder Elektroantrieb umgestellt wird.

Strombedarf

Im Wesentlichen lässt sich eine Verringerung der Energieeffizienz seit 2006 erkennen, die mit der Installation der Brunnenanlage und der Installation der Silo- und Sauerteiganlagen zusammenhing und sich langfristig auswirkte. Das hängt einerseits mit der zusätzlich notwendigen Wasseraufbereitung und andererseits mit dem bis dahin nicht notwendigen Antriebsstrom der Sauerteig-Anlagen zusammen.

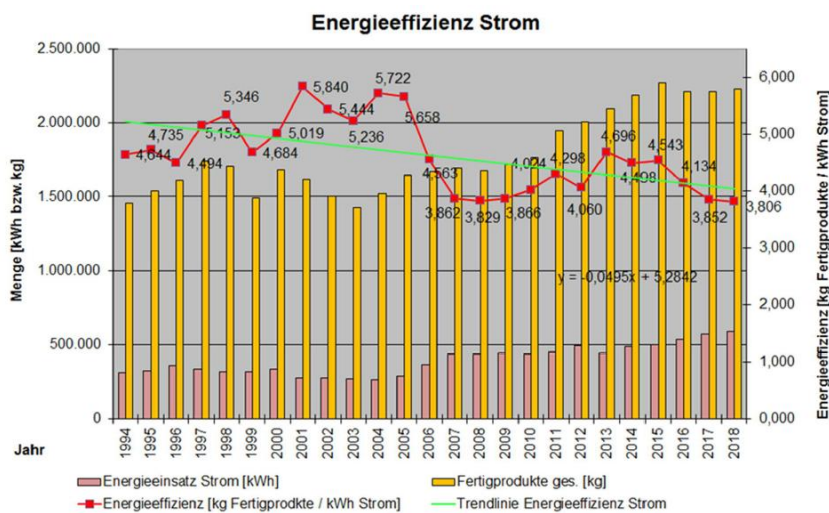


Abbildung 20: Stromverbrauch und -effizienz in Relation zu den Produkten in kg

Wärmeenergie

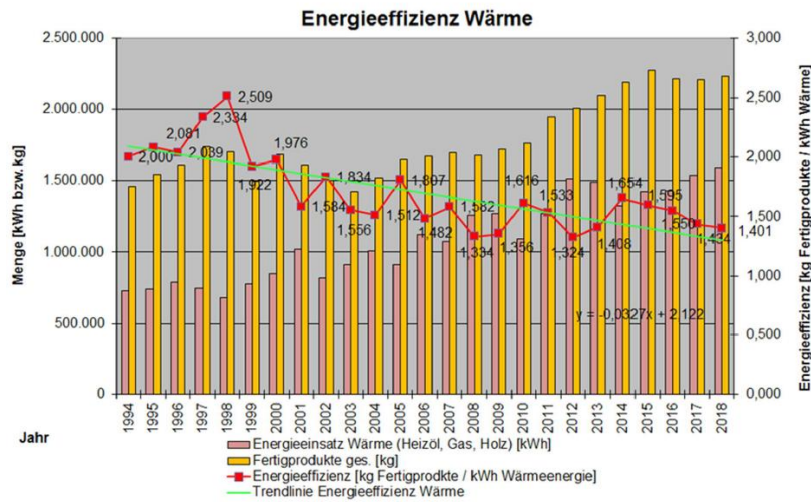


Abbildung 21: Wärmeenergieverbrauch und -effizienz

Die einzelnen Wärmeanteile lassen sich folgendermaßen darstellen: Die abgerückten Wärmeanteile bilden den Bedarf für Heizung-, Lüftung- und Warmwasserbereitung. Alle übrigen Anteile betreffen die Backöfen.

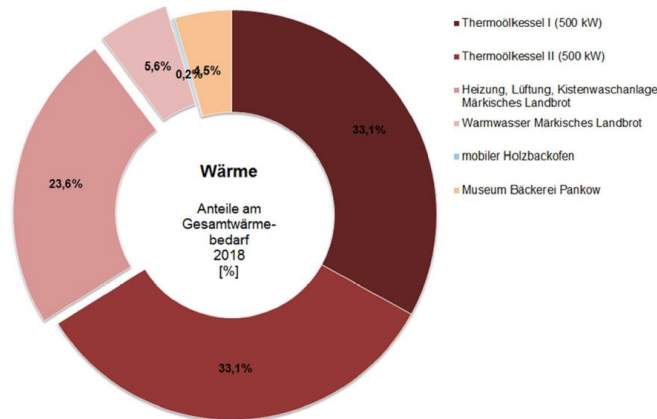


Abbildung 22: Wärmeanteile am Gesamtwärmebedarf 2018

MÄRKISCHES LANDBROT betreibt mehrere Anlagen zur Rückgewinnung von Energie. Bei einigen handelt es sich um Lüftungssysteme, bei anderen um hydraulische Anlagen. Mitte 2017 wurde die alte Backofenanlage durch eine neue, größere ersetzt. Die Wärmerückgewinnungsanlagen (Abgas und Wrasen) konnten erst bis Mitte 2018 angeschlossen werden. Auch die Vorwärmung des Wassers für die Backofenbedampfung (Enthärtungsanlage) und des Waschwassers für die neue Kistenwaschanlage wurde realisiert. Dies verbesserte die Effizienz 2018 wesentlich.

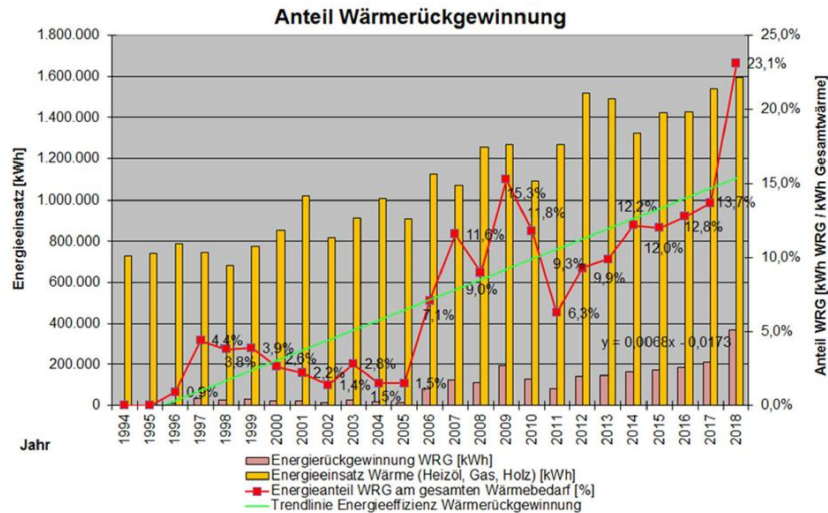


Abbildung 23: Entwicklung des Anteils der Wärmerückgewinnung

Wasserverbrauch

Der Lebensmittelwasserverbrauch ergibt sich aus der Addition der Werte der Wasserzähler der einzelnen Backöfen, der Garräume (Wasserdampf), der Teigherstellung, des Körnerquellers, der Keimlingsanlage sowie der Aromaanlage.

Die grafische Darstellung verdeutlicht die Langzeitentwicklung der Wassereffizienz. Die grüne Trendlinie (siehe *Abbildung 24: Wasserverbrauch und -effizienz* auf Seite 55) zeigt dabei seit 1994 eine leicht negative Tendenz.

Im Wesentlichen nahmen der gesamte Wasserverbrauch und auch der Lebensmittelwasseranteil proportional zur Produktionssteigerung zu.

Regenwasser wird größtenteils direkt auf dem Grundstück versickert und zum Teil für die Toiletenspülung und Gartenbewässerung verwendet.

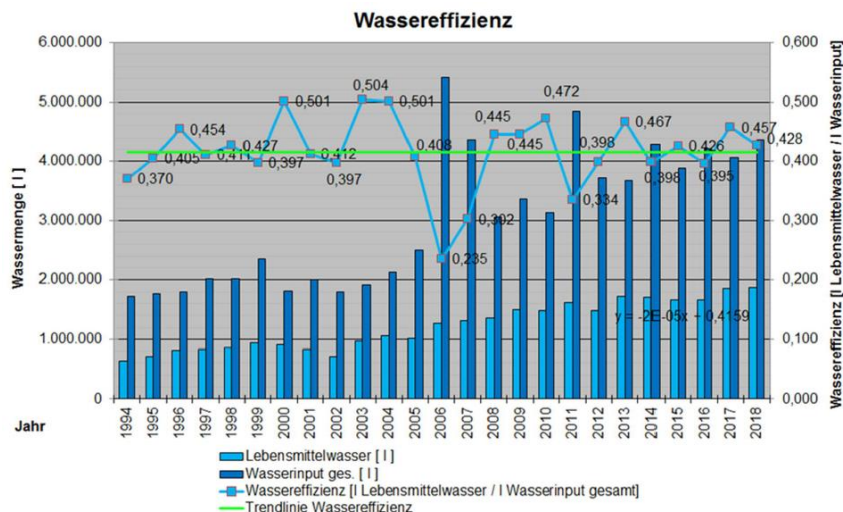


Abbildung 24: Wasserverbrauch und -effizienz

Abfälle

Abfallquoten drücken das gewichtsmäßige Verhältnis zwischen einzelnen Abfallgruppen und der Summe der Fertigprodukte in Kilogramm aus.

Zur Verdeutlichung wird die Abfallquote grafisch dargestellt. Die grüne Trendlinie belegt dabei den negativen mittleren Aufwärtstrend seit 1994.

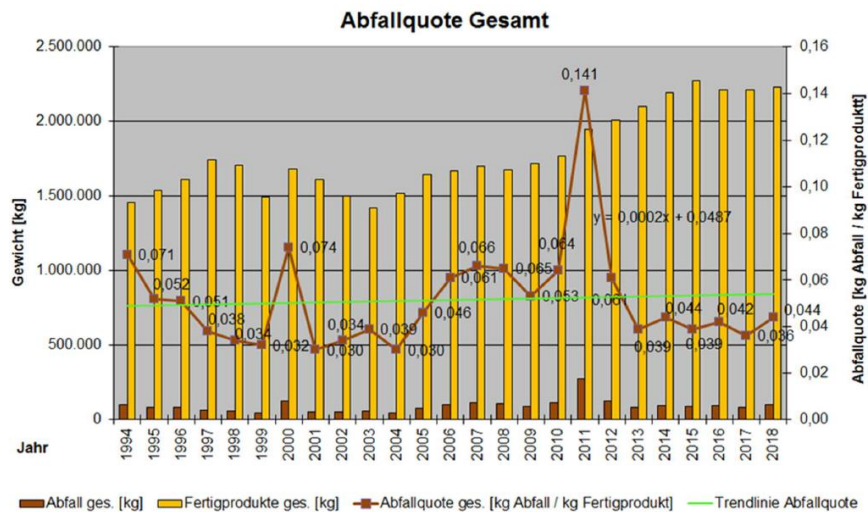


Abbildung 25: Abfallaufkommen der letzten Jahre

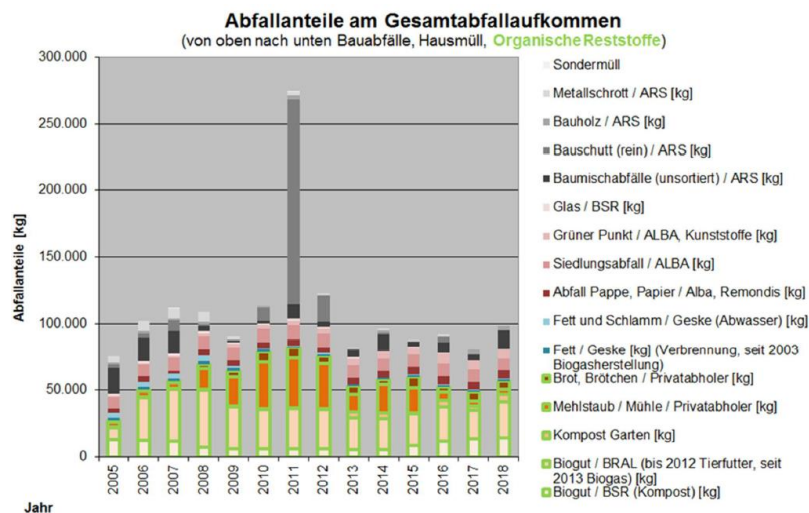


Abbildung 26: Verteilung der Abfallanteile

Reinigungsmaterialien

Die Hygienemaßnahmen wurden im Laufe der Zeit kontinuierlich verschärft. Dies hing einerseits mit steigenden gesetzlichen Anforderungen, aber auch mit einer anspruchsvolleren Qualitätskontrolle bei MÄRKISCHES LANDBROT zusammen.

Auch sind die Produktionsmengen in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen.

Diese Entwicklung führt grundsätzlich auch zu einem steigenden Reinigungsmittelbedarf.

In der Summe hat sich der Reinigungsmittelbedarf im Jahr 2018 gewichtsbezogen gegenüber dem Vorjahr nicht verändert. Insgesamt hatten 93 Prozent der im Jahr 2018 gekauften fünf Tonnen Reinigungsmittel ein Öko-Siegel. Die Auflistung der eingesetzten Mittel und Mengen ist in unserer aktuellen Öko-Bilanz zu finden.

Reinigungsmittel	Einzelgewicht	Gesamtgewicht	Öko	Gewicht Öko
	[g]	[kg]	[x]	[kg]
Essigreiniger [l]	1.000,0	1.100	x	1.100
Glasreiniger [l]	1.000,0	5	x	5
Handschuhe [Stck.]	20,0	170		0
Handwaschpaste [l]	1.000,0	0	x	0
Hygienebeutel [Stck.]	5,0	0	x	0
Kunststofftopfreiniger [Stck.]	50,0	13		0
Metalltopfkratzer [Stck.]	50,0	13		0
Müllbeutel [Stck.]	5,0	0		0
Müllbeutel kompostierbar [Stck.]	5,0	50	x	50
Öko-Tabs Spülmaschine [kg]	1.000,0	15	x	15
Ölkehrspäne [kg]	1.000,0	0		0
Öl-Reiniger [l]	1.000,0	0		0
Papierhandtücher natur [Stck.]	0,5	114	x	114
Putzrollen [Blatt]	5,3	859	x	859
Scheuertücher [Stck.]	20,0	3		0
Schwammtücher [Stck.]	20,0	14		0
Handspülmittel [l]	1.000,0	26	x	26
Toilettenpapier [Rollen]	144,0	0	x	0
Topfschwämme [Stck.]	50,0	138		0
Vischtücher [Stck.]	30,0	9		0
		2.529		2.169
				85,8%

Abbildung 28: Reinigungsmittel 2016

Reinigungsmittel	Einzelgewicht	Gesamtgewicht	Öko	Gewicht Öko
	[g]	[kg]	[x]	[kg]
Essigreiniger [l]	1.000,0	3.220	x	3.220
Glasreiniger [l]	1.000,0	12	x	12
Handschuhe [Stck.]	20,0	223		0
Handwaschpaste [l]	1.000,0	0	x	0
Hygienebeutel [Stck.]	5,0	0	x	0
Kunststofftopfreiniger [Stck.]	50,0	50		0
Metalltopfkratzer [Stck.]	50,0	0		0
Müllbeutel [Stck.]	5,0	0		0
Müllbeutel kompostierbar [Stck.]	5,0	6	x	6
Öko-Tabs Spülmaschine [kg]	1.000,0	62	x	62
Ölkehrspäne [kg]	1.000,0	0		0
Öl-Reiniger [l]	1.000,0	0		0
Papierhandtücher natur [Stck.]	0,5	211	x	211
Putzrollen [Blatt]	5,3	1.145	x	1.145
Scheuertücher [Stck.]	20,0	5		0
Schwammtücher [Stck.]	20,0	19		0
Handspülmittel [l]	1.000,0	25	x	25
Toilettenpapier [Rollen]	144,0	138	x	138
Topfschwämme [Stck.]	50,0	72		0
Vischtücher [Stck.]	30,0	6		0
		5.194		4.819
				92,8%

Abbildung 27: Reinigungsmittel 2017

Papierverbrauch

Im Betrieb werden unterschiedliche Materialien aus Papier verwendet. Dies sind z.B. Reinigungsmittel wie Papierhandtücher, Toilettenpapier, Putzrollen und Büromaterial wie Kopier- und Druckerpapier sowie Briefbögen. Dazu kommen Werbemittel wie Brotmarken, Brottüten, Broschüren, Preisschilder und Visitenkarten. Ressourcenbewusster Umgang bedeutet einerseits das Streben nach sparsamem Materialeinsatz und andererseits eine ökologische Materialauswahl im Einkauf.

Ökologische Qualität lässt sich – in der Reihenfolge von „zu vermeiden“ bis vorzuziehen – in die Kategorien Papier ohne Öko-Siegel (hier als konventionell bezeichnet), FSC-Papier, 100 Prozent recyceltes Papier (Blauer Engel) und 100 Prozent recyceltes Papier aus FSC-Papier ordnen.

Die Einkaufsmenge belegt, dass Papier für die Öko-Bilanzierung von MÄRKISCHES LANDBROT wenig relevant ist (siehe auch Ökobilanz).

Sonstige Verbrauchsmaterialien

Output-Verpackungen: Unter Output-Verpackungen fallen alle Verpackungen, die das Betriebsgelände mit dem in der Backstube hergestellten Produkt verlassen (ohne Handelswaren). Die Output-Verpackungseffizienz liegt traditionell bei nahezu 100 Prozent, da wir die Brote und Brötchen unverpackt verkaufen. Ausnahme bilden die Folienbeutel für unser Schnittbrot. Schnittbrot besaß 2015 einen Gewichtsanteil von etwa vier Prozent an der Produktionsmenge. Der Anteil verpackten Schnittbrot lag bei zwei Prozent. Im Jahr 2018 betrug der Anteil verpackter Produkte drei Prozent.

Biodiversität

Durch die Verwendung von Rohstoffen ausschließlich aus ökologischem Landbau ist biologische Vielfalt in der Kernwertschöpfung von MÄRKISCHES LANDBROT verankert.

Des Weiteren baut MÄRKISCHES LANDBROT in Zusammenarbeit mit den Bauern und dem Verein zur Erhaltung und Rekultivierung von Nutzpflanzen in Brandenburg (VERN e.V.) verschiedene alte Getreidesorten an und macht Versuche mit biologisch-dynamischen Neuzüchtungen aus alten Getreidesorten (Verein für Kulturpflanzenentwicklung, Getreidezüchtung Peter Kunz, Schweiz).

Unterstützt wird MÄRKISCHES LANDBROT auch durch Mitarbeiter von Karl-Josef Müller. Bei der Cultivari Getreidezüchtungsforschung Darzau werden u. a. Roggensorten unter biologisch-dynamischen Anbaubedingungen entwickelt und nachgebaut.

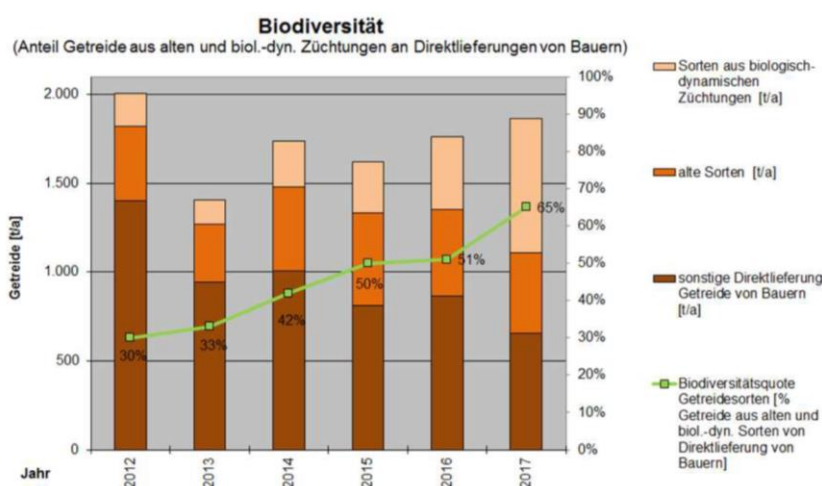


Abbildung 29: Biodiversitätsquote Getreidesorten

E3.2 Relative Auswirkungen

Im Hinblick auf Nachhaltigkeit ist MÄRKISCHES LANDBROT Innovationsführer in der Bäckerbranche.

Es sind uns keine Bäckereien bekannt, die in einem ähnlichen Umfang wie MÄRKISCHES LANDBROT ein ökologisches Managementsystem in ihre Unternehmensführung integriert haben (siehe auch Total Quality Environmental Management (TQEM) C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung auf Seite 34). Die Vergleiche mit der Branche beruhen auf den Informationen aus direkten Gesprächen mit Bäckerkollegen, den Aussagen von EMAS-Umweltgutachtern, von Hochschulen mit denen MÄRKISCHES LANDBROT kooperiert und dem stichprobenartigen Vergleich mit anderen Unternehmen der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ).

Es sind uns keine Demeter-Bäckereien bekannt, die betriebsintern seit mehreren Jahren nahezu klimaneutral wirtschaften, CO₂e-Fußabdrücke aller Eigenprodukte und ein Eco Management and Audit Scheme (EMAS)-Umweltmanagementsystem implementiert haben und Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)-zertifiziert sind.

Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

MÄRKISCHES LANDBROT liegt in einem Gewerbegebiet in Berlin-Neukölln. Während des Berichtszeitraumes gab es keine Beschwerden von unseren Anrainern.

Die wichtigsten rechtlichen Bestimmungen sind im Rechtskataster von MÄRKISCHES LANDBROT aufgeführt, ihre Einhaltung wird im Rahmen des Total Quality Environmental

Management (TQEM) sichergestellt. Darüber hinaus wird die Rechtssicherheit über die regelmäßig durchgeführten EMAS-Umweltgutachten sichergestellt.

Kontroversen mit anderen Stakeholdern z.B. zivilgesellschaftliche Initiativen, Non Government Organisations (NGOS) usw. liegen nicht vor.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Bereits in unseren [Firmenzielen](#) sprechen wir uns für eine offene Kommunikationskultur aus: „MÄRKISCHES LANDBROT betreibt eine aktive, offene und ehrliche Informationspolitik – nach innen und außen“ (Auszug Firmenziele).

Eine passive Transparenz ist aufgrund der Aufarbeitung aller wesentlichen Daten im Internet vollumfänglich erfüllt (z.B. Ökologischer Fußabdruck, Inhaltsstoffe Produkte, Preiszusammensetzung, jährliches Management Review inklusive der Berichterstattung über die Lage des Unternehmens usw.)

Weitere aktive Instrumente der Kommunikation sind die enge Zusammenarbeit mit Vereinen, Organisationen und Hochschulen.

In der Hausaufgabe einer Gruppe Studierender im Master-Studium Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement der Hochschule Eberswalde heißt es im Wintersemester 2017/2018:

„Fazit: Bereits vor Unternehmensbesuch konnte die mit der Unternehmensanalyse beauftragte Studierendengruppe einen sehr positiven Eindruck über die verschiedenen Zielsetzungen und Maßnahmen zu Nachhaltigkeit bei MÄRKISCHES LANDBROT gewinnen. Anhand der Unternehmensanalyse unter Zuhilfenahme eines eigens erstellten Bewertungsinstrumentes kann bestätigt werden, dass das Bäckereiunternehmen am Markt eine Vorreiterrolle einnimmt. Durch das in Anlehnung an die Bewertungsinstrumente KIM und SAFE entwickelte Bewertungstool *Bewertung nachhaltiger Backstuben (BNB)* erzielt das Unternehmen sehr gute bis gute Ergebnisse. Hervorzuheben sind vor allem die vielfältigen Maßnahmen in den Bereichen Umweltmanagement und Rohstoffe. Positiv zu bewerten ist auch die einfache und transparente Verfügbarkeit der dazu notwendigen Daten anhand der umfangreichen Umwelterklärung und der Detailtiefe der Öko-Bilanzzahlen.“

Mit Blick auf die relevanten Aspekte sind die Informationen von MÄRKISCHES LANDBROT in sehr hohem Maße transparent.

Seit dem ersten Audit des Gemeinwohl-Berichts (Bilanzjahr 2011) werden alle Gemeinwohl-Bilanzen auf der Website von MÄRKISCHES LANDBROT veröffentlicht, seit der Bilanz 2012-2014 wird auch der jeweilige Auditbericht mitveröffentlicht.

Darüber hinaus ist MÄRKISCHES LANDBROT auf verschiedenen Veranstaltungen aktiv und in unterschiedlichen Gremien der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) präsent.

Im Jahr 2018 erreichte MÄRKISCHES LANDBROT den 5. Platz in der Bewertung der Nachhaltigkeitsberichte durch das IÖW / future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2018.

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

Seit dem Bilanzjahr 2011 veröffentlicht MÄRKISCHES LANDBROT alle Gemeinwohl-Bilanzen, das Eco Management and Audit Scheme (EMAS), Öko-Bilanzen und Umwelterklärungen und darüber hinaus weitere Informationen über das Unternehmen. Die Berichte werden über die eigene Website und auf Veranstaltungen vorgestellt und erläutert.

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Für die Öffentlichkeit ist MÄRKISCHES LANDBROT über die Website und die dort enthaltenen Kontaktdaten erreichbar. Auf den verschiedenen Veranstaltungen, an denen MÄRKISCHES LANDBROT teilnimmt, können uns interessierte Personen direkt ansprechen. Für die, die mehr über MÄRKISCHES LANDBROT erfahren wollen, bieten wir regelmäßig Betriebsführungen an, bei denen ein direkter Dialog mit den Teilnehmern stattfindet. Im Jahr 2017 nahmen insgesamt 7.191 Personen an den Betriebsführungen teil, im Jahr 2018 waren es 8.272 Personen.

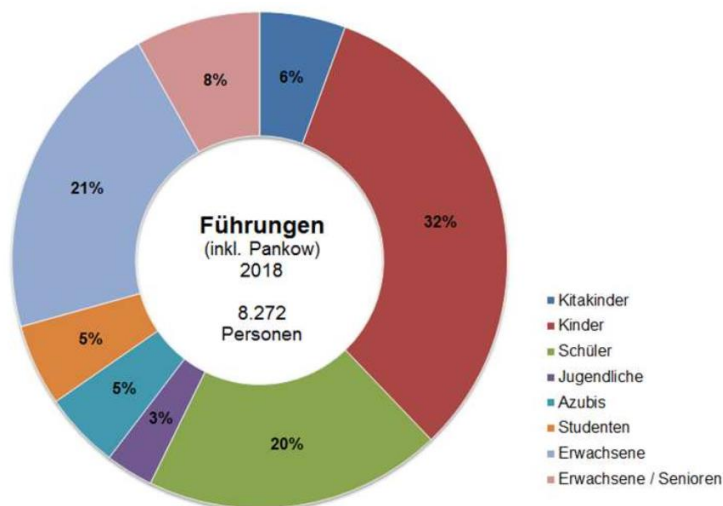


Abbildung 30: Verteilung der Besuchergruppen nach Interessengruppen

Es wird regelmäßig intern und extern überprüft, ob die Anforderungen der jeweiligen Organisation durch MÄRKISCHES LANDBROT eingehalten werden. Zu diesen Anforderungen gehören z.B. die EU-BIO-Verordnung, die Demeter-Richtlinien, das Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)-Konzept, die Eco Management and Audit Scheme (EMAS), die ISO-Norm 14001, die Charta von fair & regional und die Gemeinwohl-Ökonomie. Die demokratische Mitbestimmung und Mitgestaltung sehen wir dadurch breit aufgestellt. Die Ergebnisse werden dokumentiert und zum Teil veröffentlicht, z.B. im jährlich durchgeführten und dokumentierten [Management Review](#).

Verpflichtende Indikatoren der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)

- Der Anteil der gesellschaftlichen Mitentscheidung bezieht sich, wie oben beschrieben, auf das gesamte Geschäftsmodell und die gesamten geschäftlichen Tätigkeiten von MÄRKISCHES LANDBROT.
- MÄRKISCHES LANDBROT hält bzw. orientiert sich freiwillig an viele Vorgaben, die von verschiedenen Organisationen festgelegt werden, z.B. Demeter, Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), Eco Management and Audit Scheme (EMAS), fair & regional. Dadurch besteht eine weitreichende Mitbestimmung dieser Organisationen über den operativen Handlungsspielraum von MÄRKISCHES LANDBROT.
- Mit allen oben genannten Organisationen und weiteren bestehen institutionalisierte Dialoge in Form der verschiedenen Verbandstreffen und Vor-Ort-Prüfungen.

Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Alle Informationen über das Unternehmen entsprechen der unternehmensinternen Realität und werden regelmäßig auf Richtigkeit überprüft.

MÄRKISCHES LANDBROT kooperiert eng mit verschiedenen Hochschulen, um die eigenen Veröffentlichungen am Stand der Forschung auszurichten.

Anhang

Anlage 1: Einkaufsstatistik MÄRKISCHES LANDBROT

Name	Einkauf (netto)		80 % der umsatzstärksten Einkaufspositionen	Kurzbeschreibung (was wird eingekauft)	Branche des Lieferanten	faire Arbeit bedingungen? (Vorbesuch / 2 soziale Standards)	Regionale Herkunft der Produkte / Dienstleistungen	Regionale Herkunft der Produkte / Dienstleistungen 2017 (nur 80% umsatzstärkste Partner)			Geschäftsbeziehungen Lieferanten / Dienstleistern seit ca. [Jahr]	ökologische höherwertige Produkte / Dienstleistungen	Produkte und Rohwaren mit Label für Transparenz und Mitentscheidung 2017 (nur 80% umsatzstärkste Partner)	Produkte und Rohwaren mit Label für Transparenz und Mitentscheidung 2017 (nur 80% umsatzstärkste Partner)				
	2016	2017						Brandenburg	Recht. Deutschland	Ausland				1	2	3	4	
BioLog Bio-Logistik GmbH	0,00	522.017	1	Auslieferung	Logistik	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	15	1	0	0	0	0	0	0
BIO - Logistik - Laden	1.025.085,02	521.268	1	Auslieferung	Logistik	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	15	1	0	0	0	0	0	0
Backofenbau GmbH Pachtim	17.173,73	487.344	1	Backofenanlage	Hersteller	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	15	1	0	0	0	0	0	0
Herzberger Bäckerei GmbH	320.094,66	314.317,38	1	Handelsware	Bäcker	1	Deutschland	[K]	[K]	[K]	2002	2	2	0	314.317	0	0	0
Terra NK Handels KG	233.631,19	309.162,16	1	Zutaten	Großhandel	1	Berlin	[K]	[K]	[K]	2002	1	3	0	309.162	0	0	0
BAUERNGUT Tempin	215.073,65	303.157,98	1	Getreide	Bauer	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2002	1	3	303.158	0	0	0	0
LandwirtschaftsGmbH&Co KG (Biodow)	314.215,65	300.721,03	1	Getreide	Bauer	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2002	1	1	300.721	0	0	0	0
Volkern	222.570,12	275.262	1	Handelsware	Bäcker	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2002	1	1	275.262	0	0	0	0
Biomondat Vertriebs GmbH	43.116,25	249.392	1	Handelsware	Großhandel	1	Berlin	[K]	[K]	[K]	2002	1	1	249.392	0	0	0	0
LandwirtschaftsGmbH&Co KG (Biodow)	183.742,55	184.038	1	Handelsware	Bäcker	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2002	1	1	184.038	0	0	0	0
Leibniz SE	137.968,14	136.802,63	1	Handelsware	Verarbeiter	1	Deutschland	[K]	[K]	[K]	2001	4	4	0	0	0	0	136.653
Jura Bäckerei	0,00	107.867	1	Handelsware	Bäcker	1	Berlin	[K]	[K]	[K]	2017	0	3	0	0	0	0	107.867
Gut Pretzg GBR	70.226,81	100.841,54	1	Getreide	Bauer	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2002	1	1	100.842	0	0	0	0
Okohof Kohlhorst gGmbH	98.398,08	95.594,48	1	Getreide	Bauer	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2011	1	1	95.594	0	0	0	0
Whechar-Brot GmbH	108.940,06	84.764,88	1	Handelsware	Bäcker	1	Berlin	[K]	[K]	[K]	2016	1	1	84.765	0	0	0	0
SEKOWA Backtechnik GmbH	72.672,49	80.764,50	1	Hilfsstoffe	Zulieferer	1	Deutschland	[K]	[K]	[K]	2002	3	0	80.765	0	0	0	0
Bauck GmbH	69.994,76	76.582,91	1	Zutaten	Großhandel	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2002	15	2	0	76.583	0	0	0
Spolka Rolnicza Juchowo	0,00	57.552,49	1	Getreide	Bauer	1	Juchowo / Polen	[K]	[K]	[K]	2009	8	2	0	57.552	0	0	0
Herbster IT Berlin	30.040,45	57.473,30	1	IT-Berater	IT	1	Berlin	[K]	[K]	[K]	2016	1	1	0	0	0	0	0
ECO Reinigung u. Baumotive UG	25.760,34	55.695,38	1	Reinigung und Bau	Dienstleister	1	Berlin	[K]	[K]	[K]	1999	1	1	54.960	0	0	0	0
BIO COMPANY GmbH	57.270,00	54.860,00	1	Webkostenzuschuss	Einzelhandel	1	Berlin	[K]	[K]	[K]	2016	1	1	45.051	0	0	0	0
Wulkower Hof / Ulrike Raulf	22.875,90	49.650,87	1	Getreide	Bauer	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2002	15	1	0	0	0	0	0
Gebirgskommune + Co. GmbH	7.098,56	46.091,38	1	Milch	Lohnverarbeiter	2	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2008	9	3	0	0	0	0	46.068
LandwirtschaftsGmbH&Co KG (Biodow)	42.552,23	44.631	1	Backwaren	Mehlwirtschaft	2	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2013	4	1	0	0	0	0	0
Host Backe GmbH	154.545,81	42.281,25	1	Backwaren	Großhandel	1	Deutschland	[K]	[K]	[K]	2010	7	1	0	0	0	0	0
Bimont & Hainzel	55.957,79	38.079,51	1	Getreide	Bauer	1	Deutschland	[K]	[K]	[K]	2009	8	2	0	0	0	0	41.037
Logistics Terra	29.852,95	37.707,56	1	Auslieferung	Logistik	1	Berlin	[K]	[K]	[K]	2002	15	1	0	0	0	0	0
Druckerei Gläser	31.965,16	34.592,43	1	Druckzeugnisse	Druckerei	1	Berlin	[K]	[K]	[K]	2002	15	1	0	0	0	0	0
Getreidemühle T. Wölter	33.240,42	33.976,98	1	Mühle	Lohnverarbeiter	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2008	9	1	33.977	0	0	0	0
meim Steuerberater	25.874,41	33.615,35	1	Steuerberatung	Dienstleister	2	Deutschland	[K]	[K]	[K]	2002	15	3	0	0	0	0	0
Vegetus	36.898,96	33.551,19	1	Handelsware	Bäcker	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2002	15	1	0	0	0	0	0
Rabaler Fruchtchips GmbH	25.875,00	28.290,00	1	Handelsware	Großhandel	1	Deutschland	[K]	[K]	[K]	2002	14	1	0	0	0	0	0
Gut Ogrosen - ökol. Landbau	51.881,34	27.417,55	1	Getreide	Bauer	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2011	6	1	0	0	0	0	0
CHEFS CULINAR Nord	27.468,00	16.767,40	1	Brotbackwaren	Bäcker	1	Brandenburg	[K]	[K]	[K]	2009	8	1	0	0	0	0	0
Guggenberger Rein.technik e.K.	105.872,47	4.203,48	1	Maschinen	Hersteller u.a	1	Deutschland	[K]	[K]	[K]	2016	1	1	0	0	0	0	0
Alital Naturkost GmbH (Konnigabe)	74.662,27	1.095,00	1	Getreide	Großhandel	1	Deutschland	[K]	[K]	[K]	2008	9	3	0	0	0	0	0
Gesamt	4.274.738,23 €	4.776.208,10 €	90%					1.253.710	2.854.165	610.781	57.552	15	61,5%	1.482.268	486.532	834.200	136.583	2,9%
80%	entspricht 80,3%	entspricht 80,4%						26,2%	59,8%	12,8%	1,2%	Durchschnitt: 15	97,0%	31,0%	10,2%	17,5%	2,9%	
	5.317.937,45 €	5.938.390,12 €						Anteil ökologisch gehalten: Produkte / Dienstl. (umsatzbezogen) 2016:						41,2% (davon mit Ansatz Solidarität u. Gerechtigkeit: fikt. Demeter)				
								Anteil ökologisch gehalten: Produkte / Dienstl. (umsatzbezogen) 2017:						97,6%				

Anlage 2: Spendenliste MÄRKISCHES LANDBROT

Jahr 2018	
Projekträger	Mittel-einsatz 2018 [€]
Sachspenden: Restbrot-Spenden/Abholer	
2.000 qm Weltacker Projekt	30,00
August-Heyn-Arbeitsschule	50,00
das kooperativ e.v. Wandelwoche	40,00
Deutsche Film- und Fernsehakademie	50,00
Deutsche Filmförderung	40,00
Filmprojekt Käfigtiger	75,00
Foodsharing Festival Malzfabrik	270,00
Generation Nachhaltigkeit	112,50
Haus des Wandels	37,50
Hausprojekt	187,50
HfBM (Hilfe für bedürftige Mit-Menschen)	6.066,00
Imkerverein Neukölln	147,50
Ines Lauber / Applaus Ausstellung Potsdam	75,00
Kältenothilfe	50,00
Kampagne Meine Landwirtschaft	62,50
Kiezclub Altglienicke	10,00
M.-Luther-Gemeinde Neukölln	378,00
Medibüro Berlin	20,00
MHM (Menschen helfen Menschen)	40.129,50
Soziale Oase e.V.	570,00
Strausberger Tafel	150,00
Suppenküche, BABB (Beschäftigungsagentur Berlin-Brandenburg e.V. - freie Jugendhilfe)	25.712,75
Unternehmensgrün	25,00
VjF Sommerfest	37,50
Wandelwochen	37,50
Spenden der Museumsbäckerei Pankow an unterschiedliche Projekte	2.487,50
	76.851,25
Sachspenden : angeforderte Brotspenden	
2.000 qm Weltacker Projekt	100,00
Aurelia-Stiftung	25,00
BioBrotbox (Brotspende)	1.250,00
BioBrotbox Brandenburg (Brotspende)	1.250,00
BÖLW	152,50
Bundtstift gGmbH	37,50
Demeter-Besuch Sassa Franke	5,00
Deutsche Film- und Fernsehprod.	50,00
Deutsche Filmakademie	167,50
Holiday Inn Alexanderplatz	40,00
Humustag	75,00
Imkerverein	62,50
Natursch. Berlin-Malchow	25,00
PROPRÁCI Strohballenrollen	75,00
Regionalwert AG Bln.-Brdbg.	75,00
Tibetaktion Potsdam	15,00
Unternehmensgrün e.V.	25,00
Vereinigung für Jugendhilfe	10,00
Wir haben es satt Demo	325,00
Yamuna e.V.	37,50
	3.802,50

Geldspenden	
AQuAL-Integrales Leben in Gemeinschaft	100,00
Bassateen e.V. i.Gr., Spende 15th Garden	1.250,00
DNR, Wir haben es satt, Demo	1.000,00
EIRENE e.V, Niger-Projekt 44005 APTE	2.500,00
Frauenhäuser für Afrika e.V., Ausbildungskraft	2.500,00
GEBEWO, Frostschutzengel/Engelbrot	2.500,00
ROKPA Deutschland e.V.	736,32
Zukunftsstiftung Landwirtschaft, Bochum, Saatgutfonds	1.000,00
Bäuerl. Bildg. + Kultur gGmbH, Freie Ausbildung	500,00
Berliner Büchertisch e.V.	2.500,00
BioBrotbox	1.000,00
Ernährungsrat Berlin e.V.	500,00
FIAN Deutschland e.V.	5.000,00
FÖL, Sponsoring Silber-Paket BioSpielBauernhof	1.000,00
Ginkgo Stiftung, Eurythmie-Projekt "Dauerhaft"	500,00
GWÖ Dtl. e.V., taz.lab	100,00
Märkischer Wirtschaftsverbund	8.000,00
Oxfam Dtl. e.V., Projekt Minembwe	2.970,00
Nomadisch Grün gGmbH	1.000,00
Saatgutfonds/Karl-Josef Müller	2.500,00
Schulverein Lo-Manthang, Schule in Namdo	5.000,00
TEMPL Stiftung	1.000,00
Tierschutzverein (statt Blumen Frieda)	20,00
Schulen-für-Nepal e.V., Schule Schneiderinnen-Ausb.	6.000,00
Schulen-für-Nepal e.V., Nähmaschinen	2.280,00
Zukunftst. Landw., Süßlupine / Bantam Saatgut	500,00
Abschlussfilm-Projekt Juan Mora Cid	500,00
Sponsoring FAIR BEE CAMP	500,00
Eintracht Falkensee e.V., Sponsoring	585,00
Dr. Barbara Heinze, Projekt "Woche der offenen Backstuben"	560,86
taz Panter Stiftung, "taz Panter Preis"	500,00
Milch. Design u. Kommunikation / K. Wyss, Sponsoring Fair Camp	500,00
BLQ - Alexander Beck, Sponsoring Forschungspreis Bio-Lebensmittelwirtsch	1.000,00
	56.102,18
Aufteilung Mittelursprung	
Sachspenden: Restbrot-Spenden/Abholer	76.851,25
Sachspenden: angeforderte Brotspenden	3.802,50
Geldspenden	56.102,18
Summe	136.755,93
Umweltprogramm: In 2018 wurden drei Projekte der Zukunftsstiftung Landwirtschaft unterstützt: Saatgutfond 1.000 €, Züchter Karl Jozef Müller 2.500 €, Patenschaft 2000 m² 100 €, Süßlupine (Bantam Saatgut) 500 €. In der Summe haben wir 2018 demnach Saatgut-Projekte mit 4.100 € unterstützt.	
Umweltprogramm: In 2018 wurden folgende Projekte in Afrika unterstützt: Neben der Feldberatung im Niger (2.500 €) ist die Ausbildung von Frauen in einem Frauenhaus in Sambia (2.500 €) unterstützt worden. Gemeinsam mit Oxfam Dtl. e.V. unterstützen mehrere Projekte in Minembwe. In der Summe haben wir 2018 Projekte in Afrika mit 7.970 € unterstützt.	7.970
Umweltprogramm: Unterstützung von Projekten, die der Information und Verbreitung einer nachhaltigen Landbewirtschaftung dienen: In 2018 wurden folgende Projekte / Veranstaltungen hinsichtlich einer nachhaltigen ökologischen Landwirtschaft unterstützt: August-Heyn-Arbeitsschule, Demo "Wir haben es satt", Imkerverein Neukölln, Kampagne "Meine Landwirtschaft", "15th Garden" in Syrien, Schnippeldisko, "Bantam Mais", Grüne Liga "Umweltfest", Naturschutzstation Malchow, Regionalwert AG Berlin-Brandenburg, Heinr.-Böll-Stift. "Glyphosat in Landw.u.Lebensm.", Arbeitsgemeinschaft für biologisch-dynamische Landwirtschaft (Wintertagung, freie Ausbildung), Ernährungsrat Berlin e.V., FIAN Deutschland e.V., Märkischer Wirtschaftsverbund, Nomadisch Grün gGmbH, FAIR BEE CAMP. In der Summe haben wir 2018 Projekte zur Förderung nachhaltiger Landbewirtschaftung mit 17.252 € unterstützt.	17.253

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

Umwandlung von MÄRKISCHES LANDBROT in ein Unternehmen in Eigenverantwortung oder eine Stiftung.

Einbeziehung eines Beraters zur Verbesserung unserer Prozesse für konsensuale Entscheidungsfindung.

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Ausmodulierung und Verankerung einer teamorientierten Entscheidungssystematik in der Organisation.

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 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.

Diese Fragen werden im Rahmen des hier vorliegenden Berichtes bereits beantwortet oder finden sich in der Umwelterklärung 2020³⁵ unter den Überschriften:

- Organisatorischer Kontext – interne und externe Themen,
- Interessierte Parteien, ihre Erfordernisse und Erwartungen,
- Freiwillige und bindende Verpflichtungen,
- Integration des UMS in Führungsstrukturen und Geschäftsprozesse,
- Risiken und Chancen.

Auch erschließt sich ein Teil des Kontextes aus unserer GRI (Global Reporting Initiative)-Berichterstattung³⁶

Wir verwenden den Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)-Berichtsstandard für die Erfüllung der Non-Financial-Reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

³⁵ <https://www.landbrot.de/aktuelles/oeffentlichkeit/downloads/firmenberichte.html>

³⁶ <https://www.landbrot.de/ueber-uns/gri-index-berichtsprofil.html>

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Die Erstellung der Bilanz erfolgt im Wesentlichen durch den Nachhaltigkeitsbeauftragten Christoph Deinert in Zusammenarbeit mit dem Berliner Berater der GWÖ Nils Wittke. In den Erstellungsprozess wurden verschiedene Positionen eingebunden.

Nachhaltigkeitsberichterstattung, Aufwand

Thema	Aufwand einzelner Personen / Positionen							Routine	Kosten nach Kosten-gruppen
	Führungen	Betriebsleitung	Assistenz Betriebsleitung	Buchhaltung	Nachhaltigkeitsbeauftragter	Verkauf	Betriebsrat		GWÖ
									[h]
Vorbereitung Zahlen				10,0	8,0			2	464
Bericht Durchsicht und Korrektur					32,0	8,0		2	1.348
Audit davon 1 Tag im ML	1,0	1,0	1,0	1,0	2,0		2,0	2	160
Erstellen Grafiken (Indikatoren, Stakeholder, Werte)					4,0			2	157
Kostenpauschalen extern									
GWÖ GWÖ (Erstellung Bericht durch Berater), alle 2 Jahre								2	1.250
GWÖ GWÖ (Lektorat Bericht), alle 2 Jahre								2	900
GWÖ GWÖ (Verifizierung durch Auditor), alle 2 Jahre								2	1.250
Summe									5.529

Tabelle 10: Aufwand Bilanzierung und Berichterstellung GWÖ

Der Bericht wurde im Pausenraum ausgelegt. Jeder Mitarbeitende kann sich so einen Eindruck über die Leistungen des Betriebes machen und sich bei Fragen an uns wenden. Auch wurde der Bericht mitsamt aller Auditergebnisse auf die Website gestellt.

Auditbericht



AUDITBERICHT VOLLBILANZ 5.0: MÄRKISCHES LANDBROT GMBH BERICHTSZEITRAUM AUDIT 2016 - 2017

Quellen: GWÖ Bericht 2021, www.landbrot.de, Ökobilanz 1994 - 2020
Auditbesuch am 10.9.2021 in Berlin

Berichts-Zeitraum: Kalenderjahr 2016-2017

Branche: Bäckerei, Mühle

Firmensitz: Berlin

Vollzeitäquivalente: 49

Inhalt:

1. Übersicht der Punktbewertung
2. Management Summary
3. Detaillierter Auditbericht zu den Kriterien



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at

- 1 -



1. ÜBERSICHT DER PUNKTBEWERTUNG

Indikator	2016/17 - Selbst-Einschätzung	2016/17 - Audit-Einschätzung	Selbstbild - Fremdbild
A1	7	7	✓
A2	10	10	✓
A3	10	10	✓
A4	7	9	x
B1	9	9	✓
B2	6	2	x
B3	8	7	x
B4	2	1	x
C1	6	5	x
C2	5	4	x
C3	7	7	✓
C4	7	6	x
D1	7	6	x
D2	6	6	✓
D3	10	10	✓
D4	9	9	✓
E1	9	9	✓
E2	7	6	x
E3	7	10	x
E4	8	8	✓
Gesamt	Gemeinwohl-Punkte : 780	Gemeinwohl-Punkte : 756	



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



2. MANAGEMENT SUMMARY

MÄRKISCHES LANDBROT hat sich zum vierten Mal einem externen Audit der Gemeinwohl-Ökonomie gestellt.

Dabei wurde deutlich, dass MÄRKISCHES LANDBROT ein Leuchtturm-Unternehmen im Umfeld der Gemeinwohl-Unternehmen ist.

Der letzter Bericht 2015 war schon auf einem sehr hohen Niveau, auf dem Verbesserungen in einigen Bereichen nur schwer vorstellbar sind. Doch es gibt immer noch Entwicklungspotenziale zu entdecken.

Trotz hohem Niveau als demeter-zertifizierter Betrieb ist Weiterentwicklung seit dem letzten Audit geschehen. Die Investitionen in eine neue energieeffizientere Backofenanlage trägt weiter zur Reduktion der ökologischen Auswirkungen bei. Die nicht vermeidbaren Emissionen werden kompensiert und dadurch ist eine CO₂-Äquivalent-Neutralität im gesamten Geschäftsbetrieb erreicht.

Das Bemerkenswerteste an MÄRKISCHES LANDBROT sind die gelingenden Beziehungen zu den Lieferant:innen. Als Initiator des „Runde Tisch Getreide“ mit den demeter-Bio-Bauern aus der Region ist sichergestellt, dass gegenüber den Lieferant:innen ein partizipativer Umgang gepflegt wird. Anders als bei üblichen Kooperationen mit der Landwirtschaft, können im Rahmen des „Runden Tisch Getreide“ Bauern selbst bestimmen, welchen Preis sie für eine nachhaltige Wirtschaftsweise brauchen und haben das Recht, diesen Preis festzulegen. Darüber hinaus sind sämtliche Informationen über MÄRKISCHES LANDBROT über die Website abrufbar, von Protokollen im Managementkreis bis zur Offenlegung der Kalkulation. Die gelebte Transparenz ist die Basis für vertrauensvolle gelingende Beziehungen gegenüber den Lieferant:innen, aber auch gegenüber anderen Berührungsgruppen und gegenüber der Öffentlichkeit.

Betreffend Werteorientierung nimmt MÄRKISCHES LANDBROT im ökologischen Bereich eine Spitzenposition ein. Durch das zertifizierte Umweltmanagementsystem EMAS (Eco Management und Audit Scheme) werden seit 1995 Umweltaspekte und Umweltauswirkungen erhoben und daraus eine kontinuierliche Verbesserung abgeleitet. Im Rahmen der Umweltforschung in Zusammenarbeit mit Universitäten wurde ein Carbon Footprint Rechner für Brot entwickelt, bei dem Konsumenten den ökologischen Fußabdruck für Brot in Abhängigkeit ihres Einkaufsverhalten berechnen können. Dieses Tool stellt eine absolute Pionierleistungen in der ökologischen Nachhaltigkeit dar.

Eine weitere Pionierleistung ist im Bereich der Solidarität und Gerechtigkeit hervorzuheben. MÄRKISCHES LANDBROT ist ebenfalls Initiator der Kooperation „fair & regional“ in der sich Bio-Bauern in der Region Berlin-Brandenburg zu einem Label zusammengeschlossen haben, bei dem jährlich alle teilnehmenden



Angela Drosig-Pföckinger, a.drosig@mehrwerte.at



Bauern bewerten, ob sie sich fair behandelt fühlen. Ebenso bahnbrechend ist die Vorgabe von Mindestlöhnen für kooperierende Transportunternehmen, die die Brote ausliefern.

Im wirtschaftlichen Bereich ist die hohe Eigenkapitalquote und die Beschränkung der Gewinnausschüttung als besonders gemeinwohlorientiert zu nennen.

Im Bereich Eigentum und Mitentscheidung ist die Vorbereitung einer Stiftungsgründung im Berichtszeitraum ein Schritt in Richtung gemeinwohlorientierte Eigentümerschaft. Das Eigentum an der MÄRKISCHES LANDBROT GmbH wird einer Stiftung übertragen und der Managementkreis von MÄRKISCHES LANDBROT wird im Stiftungsrat vertreten sein.

In Summe konnten 756 Gemeinwohl-Punkte erreicht werden, was zwar rein rechnerisch einen punktemäßigen Rückgang gegenüber der Bilanz 4.1 aus 2014/15 ausmacht. Durch die Änderung der Matrix und der Bewertungsmaßstäbe werden im Durchschnitt mit der Matrix 5.0 um 20% weniger Punkte erreicht gegenüber der Matrix 4.1.

Insgesamt hat MÄRKISCHES LANDBROT in diesem Berichtszeitraum bewiesen, dass Verbesserungen auch auf hohem Niveau möglich sind.



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



3. DETAILLIERTER AUDITBERICHT ZU DEN KRITERIEN

Hinweis: Ziffern in der rechten Spalte bedeuten Selbsteinschätzung/Auditeinschätzung je Aspekt

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	Selbsteinschätzung: 7	✓	AuditorInneneneinschätzung: 7
<p>A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette</p> <p>Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform</p> <p>Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden</p>	<p>Die größte Einkaufsposition ist die Auslieferung. Hier wird ein Mindestlohn vertraglich vereinbart. Darüber hinaus gibt es jährlich Treffen mit allen Mitarbeitenden der Auslieferung und einen regelmäßigen Austausch mit der Geschäftsleitung von Märkisches Landbrot.</p> <p>Handelswaren sind zu 100% bio-zertifiziert und größtenteils Demeter-Qualität.</p> <p>100% aller zugekauften Rohstoffe stammen aus Bioqualität, 92% in Demeter, bevorzugt fair & regional.</p> <p>Ein Großteil des Getreides stammt von Demeter Höfen aus der Region (nah und mittelfern). Der Rest aus der weiteren Umgebung bzw. ein kleiner Teil auch aus Polen und dem Rest Deutschlands, da die Nahregion nicht immer den ganzen Bedarf des Getreides decken kann.</p> <p>Ein ethisches Beschaffungsmanagement ist Teil der Unternehmensidentität. Es gibt umfassende Zertifizierungen: wie Demeter, Bioland, EU-Bio, EMAS,</p> <p>Es existiert eine eigene osttiroler Mühle zum Mahlen, die für die Verarbeitung überwiegend genutzt wird. Das restliche Getreide wird in nahe gelegenen Mühlen gemahlen.</p> <p>Die zweitwertigste Zutat nach dem Getreide ist das Wasser, das in einem eigens entwickelten Verlebendigungsprozess aus einem eigenen Brunnen gewonnen wird.</p> <p>Es wird 100% Ökostrom genutzt bei einem hochwertigen Anbieter.</p> <p>Heizöfen und Backöfen laufen mit Erdgas.</p> <p>Bei der Beschaffung von Werkzeug und Baumaterial ist die ökologische und soziale Qualität nicht immer überprüfbar.</p>		7, 7



Angela Drosig-Ploöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette</p> <p>Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind</p>	<p>Das Unternehmen bestätigt, dass es keine Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette gibt.</p> <p style="text-align: right;">0</p>
---	---

<p>A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette</p>	<p>Selbsteinschätzung: 10</p>	<p style="text-align: center;">✔</p>	<p>AuditorInneneneinschätzung: 10</p>
<p>A 2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen</p> <p>Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen zu LieferantInnen: 15 Jahre</p> <p>Geschätztes Verhältnis des Anteils der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und LieferantInnen</p>	<p>Märkisches Landbrot arbeitet seit der Unternehmensgründung 1930 regional mit fairen Preisen mit den LieferantInnen zusammen.</p> <p>Seit 2007 engagiert sich Märkisches Landbrot im Rahmen des Märkischen Wirtschaftsverbundes fair & regional Bio Berlin-Brandenburg. Viele der LieferantInnen haben sich zur Einhaltung der fair & Regional Charta verpflichtet.</p> <p>Seit 2003 gibt es eine anonyme Bewertung der Fairness von Märkisches Landbrot durch die Bauern.</p> <p>Jährliche werden die Bauern besucht und die Felder und Lagerflächen angesehen, über Stand des Getreides und erwartete Erntemengen gesprochen.</p> <p>Die sommerlichen Besuche sind die Basis für die jährlichen Treffen am Runden Tisch Getreide. Hier wird über Getreidequalität, die zu erwartende Erntemenge und die benötigten Mengen von Seiten der Bäckerei gesprochen. Darüber hinaus werden unbefristete Getreidepreise vereinbart. Ziel ist, unabhängig von Weltmarktpreisen zu sein und Planungssicherheit für alle Beteiligte zu erreichen. Die Preise werden gemeinsam mit den Demeter-Bauern verhandelt.</p> <p>Gesprächsprotokolle vom Runden Tisch Getreide werden jährlich veröffentlicht, um auch anderen Bauern eine Orientierungshilfe für die Verhandlungen zu geben.</p>	<p style="text-align: center;">10, 10</p>	



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



	<p>Für den regionalen Einkauf von Zutaten (Nüsse, Gewürze, etc.) ist Märkisches Landbrot bereit, bei gleicher Qualität das fünffache an Preisen zu bezahlen gegenüber überregionalen Rohstoffen. Die Getreidepreise bestimmen die Bauern.</p> <p>2016 kamen 91% der Rohstoffe aus der Region, 2017 93%.</p>	<p>9, 9</p>
<p>A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette</p> <p>Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt</p> <p>Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden</p>	<p>Demeter-Zertifizierung ist die Basis für Solidarität & Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette.</p> <p>Die Situation bei den Landwirten wird jährlich besprochen. Am Runden Tisch Getreide wurde vor vielen Jahren vereinbart, dass die Bauern den Preis selber als Gruppe der Zulieferer festlegen können. Die Frage lautet „Was braucht ihr, damit ihr nachhaltig wirtschaften könnt?“ Falls ein einziger der Bauern meint, er braucht eine Preiserhöhung, wird das Thema im Team der Bauern nochmals besprochen und gemeinsam der Preis festgelegt.</p> <p>(GP) Märkisches Landbrot hat damit die Hoheit über die Preisfestsetzung an die Lieferanten delegiert. Damit wird eine faire und langfristige Zusammenarbeit etabliert. Andererseits erhält sich Märkisches Landbrot damit die Rohstoffquelle.</p> <p>Mit Logistik-Unternehmen wird ein Mindestlohn vertraglich vereinbart. Der lag im Berichtszeitraum bei 8,50 € je Stunden und wurde 2019 auf 10,50 € je Stunde angehoben. Die Mehrkosten werden vom Märkischen Landbrot übernommen.</p> <p>Märkisches Landbrot bestätigt, dass es keine unverhältnismäßigen Umweltauswirkungen in der Zulieferkette gibt.</p>	<p>0</p>
<p>A2.3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette</p> <p>Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen</p>		

<p>A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette</p> <p>A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette</p>	<p>Selbsteinschätzung: 10</p> <p style="text-align: center;">✔</p> <p>AuditorInneneinschätzung: 10</p>	<p>10, 10</p>
<p>Der Hauptrohstoff Getreide ist 100% Demeter zertifiziert. Das ist der höchste ökologische Nachhaltigkeitsstandard.</p>		



Angela Drosig-Ploßinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind</p> <p>Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen</p>	<p>Wasser macht 40% der Brot-Zutaten aus und stammt aus eigenem Quellbrunnen aus großer Tiefe. Nach Filtrung wird das Wasser durch eine Wasserbeleuchtungsanlage gleitet. Weitere Zutaten erfüllen ebenfalls den Demeter-Standard und tragen das EU-Biosiegel.</p> <p>Mit den Logistik-Unternehmen wurde vereinbart, die Brennstoffwahl von Neufahrzeugen zu bestimmen. 74% der Auslieferungen ist bereits angetrieben mit Erdgas bzw. Ökostrom. Es wird 100% Ökostrom der Fa. Lichtblick verwendet.</p> <p>Zur Identifizierung der Risiken in der Zulieferkette, gibt es jährlich Gespräche mit den Bauern und zusätzlich Umweltbetriebsprüfungen (EMAS).</p> <p>Die Wahl der LieferantInnen richtet sich nach dem Demeter Gütesiegel. Demeter zertifizierte Rohstoffe entsprechen dem höchsten ökologischen Standard. Die Bauern werden ebenso regelmäßig durch den Demeter-Verband geprüft.</p> <p>Wesentlich dabei ist ein hoher Anteil an samenfesten Sorten unter striktem Verzicht von gentechnisch manipulierten Organismen. Der Anteil der erhaltenswerten, alten Getreidesorten, wie z.B. Dinkel oder Emmer ist mit 24% hoch.</p> <p>Demeter Verarbeitungsrichtlinien beschränken den Einsatz von Backzusatzstoffen im Vergleich zu anderen Bioverbände am meisten. So sind auch Tiefkühl-Teiglinge nicht erlaubt.</p> <p>Der gesamte Betrieb wird laufend nach ökologischen Kriterien überprüft und auf ökologische Ziele ausgerichtet.</p> <p>Durch den hohen Demeter-Standard auch in der Zulieferkette sind hohe Umweltauswirkungen ausgeschlossen.</p>
<p>A3.2 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette</p> <p>Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen</p>	<p>0</p>



Angela Drosig-Ploöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	Selbsteinschätzung: 7	X	AuditorInneneneinschätzung: 9
<p>A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen</p>	<p>Firmenpolitik beinhaltet ein hohes Maß an Transparenz, Dialog und Mitbestimmung.</p> <p>Hinsichtlich LieferantInnen gibt es einen direkten Dialog vor allem mit Bauern, Auslieferung-Unternehmen und LieferantInnen von Lebensmitteln.</p> <p>Mit Bauern gibt es einen besonderen institutionalisierten Austausch. Am <i>Runden Tisch Getreide</i> werden jährlich Abnahmemengen, Preise und Qualitäten gemeinsam besprochen und entschieden.</p> <p>Zusätzlich zum Runden Tisch Getreide finden bei Bauern jährlich Vor-Ort Besuche mit Möglichkeiten zum Austausch statt.</p> <p>Das <i>Label fair & regional</i> erhält Märkisches Landbrot nur dann, wenn in einer anonymen Befragung alle Bauern bestätigen, dass sie sich fair behandelt fühlen. Das was bisher immer gegeben.</p> <p>Darüber hinaus gibt es weitgehende Transparenz über die Inhalte der Website.</p> <p>In dem Interviewgespräch mit einer Lieferantin wurde bestätigt, dass die Transparenz und Mitentscheidung keine Wünsche offen lässt. Es sind alle relevanten Informationen und auch darüber hinaus wie Einnahmen und Ausgaben von Märkisches Landbrot auf der Website veröffentlicht.</p> <p>Die Offenheit und Transparenz ist die Basis für Vertrauen und langfristige Geschäftsbeziehungen.</p>		
<p>A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette</p> <p>Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt: 62%</p>	<p>Die Anforderungen der Labels Demeter, Bioland und EU-Biosiegel gewährleisten, dass ein hohes Maß an Transparenz in der gesamten Zulieferkette gesichert ist. Anforderungen, die Märkisches Landbrot erfüllen muss, müssen auch die LieferantInnen erfüllen.</p>		



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: 90%	
--	--

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln		Selbsteinschätzung: 9	✓	AuditorInneneneinschätzung: 9
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung	Eigenkapitalanteil	Das Eigenkapital liegt mit 77% (2016) und 71% (2017) über dem Branchendurchschnitt von 45%.		9, 9
	durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	Es wird immer eine Eigenkapitalquote von mindestens 50% angestrebt.		
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)	Fremdkapital besteht aus Rückstellungen, Darlehen des Eigentümers und Darlehen einer befreundeten Bäckerei. Im Berichtszeitraum 2016/17 gab es nur eine Anlagenfinanzierung über Bankkredite.		10, 10
	Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)	Die 2017 angeschaffte Brotbackanlage wurde mit einem Kredit der GLS-Bank finanziert.		
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen	Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen)	Finanzpartner sind die GLS Bank (94%) Triodos Bank und aus Sicherheitsgründen zu 4% die Commerzbank.		9, 8

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln		Selbsteinschätzung: 6	✗	AuditorInneneneinschätzung: 2
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR)	Der Eigentümer erhält eine Kapitalverzinsung von 6% und für das Darlehen 4%. Insgesamt wurde 7% des Eigenkapitals ausgeschüttet.		6, 2



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR): 902 T Euro getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR): 10 /12 Anlagenzugänge (in Tsd. EUR): 243 / 637 Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR): 0; 0 auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital) 173, 194</p>	<p>Im Berichtszeitraum gab es Zukunftsausgaben in der Höhe von 902 T Euro , davon wurden 364 T Euro mit einem Darlehn der Triodos Bank finanziert. Somit wurden im Berichtszeitraum 60% aus Eigenmitteln und 40% mit einem Darlehn finanziert.</p> <p>Die Gewinnausschüttung entspricht ca. dem Darlehensbetrag in den Jahren 2016-2017. da die Fremdfinanzierung eine Ausnahme im Berichtszeitraum war und in den Folgejahren mit 100% Eigenmittel finanziert wird kann hier mit Stufe „Fortgeschritten“ Wert 2 bewertet werden.</p>	<p>B2.2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln</p> <p>0</p>
--	---	---

<p>B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung</p> <p>B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen</p> <p>Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs (in Tsd. EUR) Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben)</p>	<p>Selbststeinschätzung: 8</p> <p>Ökologische Kriterien sind Grundvoraussetzungen für alle Entscheidungen.</p> <p>2017 wurde die Backofenanlage durch eine größere, effizientere ersetzt.</p> <p>2016/17 gab es ein Investitionsvolumen von 880 T Euro.</p> <p>2016 wurden 124 T Euro in eine Kistenwaschanlage investiert. Das entspricht 51% der getätigten Investitionen.</p> <p>2017 wurden 466 T Euro in eine neue Backofenanlage investiert. Diese entspricht einer ökologischen Verbesserung, da sie energieeffizienter ist als die alte Anlage. Diese ökologische Verbesserung belief sich auf 76% der Investitionen von 2017.</p>	<p>Auditorinneneinschätzung: 7</p> <p>7, 5</p>
--	--	--



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung</p> <p>finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)</p> <p>Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)</p>	<p>In Summe führten ca. 67% der getätigten Investitionen zu ökologischen Verbesserungen.</p> <p>Es gibt Genossenschaftsanteile bei der GLS-Bank.</p> <p>Über die Bio-Boden Genossenschaft wird die Sicherung des Brandenburger Bodens für ökologische Anbauweise unterstützt.</p> <p>Märkisches Landbrot veranlagt grundsätzlich nur in Projekte, die sie lebt kennen und als tatsächlich ökologisch und sozial erkennbar sind.</p> <p>Im Berichtszeitraum gab es keine Veranlagungen.</p> <p>Das Unternehmen bestätigt, dass es keine Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen gibt.</p>	<p>9, 9</p>
<p>B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen</p>		

<p>B4 Eigentum und Mitentscheidung</p>	<p>Selbsteinschätzung: 2</p>	<p>Auditorinneneinschätzung: 1</p>
<p>B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur</p> <p>Verteilung des Eigenkapitals (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %):</p> <p>Unternehmer*innen</p> <p>Führungskräfte</p> <p>Mitarbeitende</p> <p>Kund*innen</p> <p>Lieferant*innen</p> <p>weiteres Umfeld</p> <p>nicht mittätige Kapitalinvestor*innen</p>	<p>Im Berichtszeitraum ist Joachim Weckmann alleiniger Eigentümer.</p> <p>Es wurde ein Prämien-System gemeinsam mit dem Betriebsrat entwickelt, das Mitarbeitende am Ergebnis guter Geschäftsjahre beteiligt.</p> <p>Die Organisation in Form von verschiedener Arbeitsgruppen wie Qualitätssicherung, Verkauf, Backstubeleitung und Bäckermeisterunde ermöglicht die Meinung der Mitarbeitenden einzuholen.</p> <p>2020/21 ist geplant, das Unternehmen in ein sich selbst gehörendes Unternehmen umzuwandeln (Purpose-Unternehmen/Stiftung)</p> <p>Im Berichtszeitraum gibt es keine Erweiterung der Eigentümerschaft auf Berührungsgruppen und auch keine Änderung der Rechtsform.</p> <p>Das Unternehmen bestätigt, keine feindliche Übernahme geplant zu haben oder zu planen.</p>	<p>2, 1</p> <p>0</p>
<p>B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme</p>		



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	Selbsteinschätzung: 6	X	AuditorInneneneinschätzung: 5
<p>C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur</p> <p>Fluktuationsrate: 8,6 / 8,1</p> <p>durchschnittliche Betriebszugehörigkeit: 9,3 Jahre</p> <p>Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen: ca. 2 pro Woche</p> <p>Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur: alle 3 Jahre</p> <p>Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene: 1864 / 1649 Stunden p.a</p>	<p>In der Mühle und Bäckerei wird eine offene und transparente Unternehmenskultur gelebt.</p> <p>Das definierte Firmenziel ist Marktführer in den Arbeitsplatzbedingungen und der Entlohnung im Vergleich zu anderen ökologisch wirtschaftenden Bäckereien zu sein.</p> <p>Die Organisation in verschiedenen Arbeitsgruppen, zweimaljährliche Betriebsversammlung, und das Bäckerplenum ermöglichen Ideen, Verbesserungen oder zu erledigende Aufgaben zu besprechen.</p> <p>Zunehmend werden Entscheidungen nicht alleine sondern im Führungskreis unter Einbeziehung der Mitarbeitenden getroffen.</p> <p>Die breit aufgestellten Runden helfen gemeinsam Themen zu bearbeiten und Beschlüsse zu fassen.</p> <p>Die Arbeit erfolgt in einer offenen, aktiven Kommunikationsstruktur, in der sich Mitarbeitende einzelner Abteilungen täglich sehen und austauschen.</p> <p>Die Bereiche Produktion, Handel und Finanzen werden von der Geschäftsführung aktiv aufgefordert, ihre Ideen und Interessen aktiv zu vertreten.</p> <p>Es gibt jährlich protokollierte Mitarbeitende Gespräche.</p> <p>Bäcker sind aufgefordert, ihre Position in der Produktion zu rotieren. Mitarbeitende aus dem Bürobereich sollen einmal pro Jahr ein Tag mitbacken und ausliefern.</p> <p>In den Meisterrunden gibt es monatlichen Austausch. Die Treffen werden auch für Persönlichkeitsentwicklung und Kompetenzstärkung in Führungs- und Konfliktlösungsthemen mit einem externen Coach genutzt.</p> <p>Einzelcoachings zu Personalführung helfen den Alltag zu verbessern. Eine externen Personaltrainerin kann von Führungskreis-Mitgliedern jederzeit angerufen werden.</p>		6, 6



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz</p> <p>Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demografischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen</p> <p>Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle</p> <p>in Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden</p>	<p>Der Schichtplan der Backstube wird gemeinsam mit den Bäckern geplant.</p> <p>Alle drei Jahre wird eine Mitarbeiterbefragung gemeinsam mit dem Betriebsrat durchgeführt. Betreffend Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung gibt es eine Reihe von Maßnahmen wie Barefoot Gesundheitsschuhe, höhenverstellbare Tische, etc.</p> <p>Eine Gesamtstrategie zur betrieblichen Gesundheitsförderung mit entsprechenden Zielen und Wirkungskontrolle ist nicht beschrieben.</p> <p>Die von Mitarbeitenden zu hebenden Lasten werden kontinuierlich gesenkt durch Umstellung von Sackware (bis 35 kg schwer) auf Silogetreide.</p> <p>Kostenloses Angebot an gesunder Ernährung wie Bio-Milch, Bio-Obst, Bio-Kaffee und Brot in Demeter-Qualität.</p>	<p>6, 3</p>
<p>C1.3 Diversität und Chancengleichheit</p> <p>demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen</p> <p>in Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitender Person</p> <p>gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)</p> <p>Anzahl von Vätern- bzw. Mütterkarenz in Monaten</p>	<p>Es gibt überproportional viele männliche Mitarbeiter im Alter 25 – 50 Jahre.</p> <p>Da die Bäckerbranche überwiegend männlich orientiert ist, bewerben sich überwiegend Männer, obwohl Frauen und Männer gleich bezahlt werden und körperlich schwere Arbeit nach Möglichkeit verringert wird.</p> <p>Ca. ein Drittel der Mitarbeitenden stammt von anderen Nationen. Zwei Menschen mit Behinderung werden beschäftigt.</p> <p>Es wird nichts über Analysen bzw. mögliche Benachteiligungen hinsichtlich Diversität oder Chancengleichheit berichtet.</p> <p>Es wird nichts über Frauenförderprogramme berichtet.</p>	<p>6, 5</p>



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen		
C1.4: menschenwürdige Arbeitsbedingungen Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab Anzahl/Inhalt der Beschwerden vonseiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden	Das Unternehmen bestätigt, dass es keine Beschwerden oder Verfahren wegen menschenunwürdiger Arbeitsbedingungen gibt.	0

Potenziale:

- Zur Erhöhung des Anteils weiblicher Mitarbeitender angepasste Personalsuche oder Stellenbesetzung von Frauen möglich
- Spezielle Förderprogramme für Frauen entwickeln
- Sprache gendern, damit sich Frauen gleichermaßen angesprochen fühlen

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	Selbsteinschätzung: 5	X	Auditorinneneinschätzung: 4	6, 5
C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung) Höchstverdienst: 50 €/h Mindestverdienst: 10 €/h Medianverdienst	Löhne und Gehälter sind im Mittel zwischen den Tarifen des Handwerks und der Backwarenindustrie. Seit dem 1.10.2010 gilt bei Märkischem Landbrot ein Mindestlohn von 10 Euro, ab 1.10. 2019 ist der Mindestlohn auf 10,50 Euro / h angehoben. Die Lohnstruktur ist den Mitarbeitenden bekannt.			



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)</p>	<p>Die Lohn- bzw. Gehaltspreizung zwischen dem niedrigsten und höchsten Lohn beträgt 1:5. In der Firmenpolitik wird die maximale Gehaltspreizung mit 1:10 begrenzt.</p> <p>Die Living Wages, d.h. die Armutsgrenze liegt in Deutschland für einen Einpersonenhaushalt bei 1074 Euro netto monatlich und bei Alleinerziehenden mit einem Kind bei 1396 Euro netto monatlich.</p> <p>Der geringste Lohn bei Märkischen Landbrot entspricht 1222,- für Vollzeit-Tätigkeit (38 h). bei einem Alleinverdiener ohne Kind entspricht das den Living Wages.</p>	
<p>C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit</p> <p>unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)</p> <p>tatsächlich geleistete Überstunden</p>	<p>Definierte Normalarbeitszeit ist 38 h.</p> <p>Bei 38 Stunden-Woche liegt die Armutsgrenze bei 10 Euro bei einer Einzelperson, bei einer Person mit Kind bei 13 Euro Stundenlohn netto.</p>	<p>3, 3</p>
<p>C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und der Work-Life-Balance</p>	<p>Im Berichtszeitraum wurden mehrmals unbezahlte Urlaube gewährt und auch eine längere Freistellung.</p>	<p>5, 5</p>
<p>C2.4 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge</p> <p>standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“</p> <p>Gewinn</p> <p>Mitarbeitenden Anzahl</p> <p>Höchst- und Mindestverdienst</p> <p>Anzahl der Pauschalverträge</p> <p>Anzahl der Null-Stunden-Verträge</p> <p>Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden</p> <p>Anzahl aller Beschäftigten (inkl. der Zeitarbeitenden)</p> <p>Anzahl der Zeitarbeitenden</p> <p>Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen</p> <p>Anteil von befristeten Arbeitsverträgen</p> <p>Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen</p>	<p>Das Unternehmen bestätigt, keine ungerechten Arbeitsverträge abzuschließen.</p>	<p>0</p>



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



Potenzial:

→ Anpassung der niedrigsten Verdienste an die Living Wages je Familiensituation

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden		Selbsteinschätzung: 7	✓	AuditorInneneneinschätzung: 7
<p>C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit</p> <p>Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft</p>	<p>Es gibt keine Betriebskantine. Für Mitarbeitende vor-Ort werden Demeter-Backwaren kostenlos angeboten. Zusätzlich wird Kaffee, Tee, Milch und Butter zur Verfügung gestellt, sowie Möhren und Äpfel.</p> <p>Wasser aus dem eigenen Brunnen wird nicht nur für die Produktion sondern auch für die Trinkwasserversorgung angeboten.</p> <p>Im Bürobereich wird mittags gemeinsam Gemüsesuppe gegessen. (100% Bio)</p> <p>59,2% der Mitarbeitenden kommen mit dem PKW, 36,5% öffentlich und 4,3% mit dem Fahrrad.</p> <p>Mitarbeitende haben untereinander Fahrgemeinschaften organisiert.</p> <p>Bei Firmenaus für Mitarbeitende, die im Außendienst sind, werden die max. Emissionen mit 130g/km beschränkt. Wo möglich kommen Erdgas und Elektrofahrzeuge zum Einsatz.</p> <p>Im Berichtszeitraum gab es eine Ladesäule für Elektrofahrzeuge, die mit Ökostrom betrieben wird.</p>			10, 10
<p>C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz</p> <p>Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß</p>	<p>Märkisches Landbrot arbeitet nach dem Total Quality Environmental Managementsystem. Dabei werden Umweltaspekte in die Kernstrategie des Unternehmens integriert.</p> <p>Jährlich finden Schulungen zur Ökobilanz des Unternehmens statt. Die Bedeutung von ökologischer Ernährung wird regelmäßig thematisiert.</p>			9, 9
<p>C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung</p> <p>Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %</p> <p>Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %</p>				



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



	<p>Darüber hinaus wird der Product Carbon Footprint aller in der Bäckerei hergestellter Produkte vorgestellt.</p> <p>Es gibt neben Arbeits- und Gesundheitsschutz auch Schulungen zu Bio- und Umweltkompetenz.</p> <p>Es gibt ein ökologisches Vorschlagswesen mit entsprechendem Prämiensystem. Das Unternehmen bestätigt, keine unökologischen Praktiken zu dulden.</p>	0
C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens		

Potenzial:

- Sprintspartraining für Mitarbeitenden anbieten
- Finanzielle Anreize zur Nutzung des öffentlichen Verkehrs
- Partizipation an externen Fahrradinitiativen, z.B. E-Bikes statt Auto

	<p>Selbsteinschätzung: 7</p> <p style="text-align: center;">X</p> <p>Auditorinneneinschätzung: 6</p>	10, 10
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz		
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz		
Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).	<p>Dokumentationen der Arbeit stehen über die Website zum Download zur Verfügung wie Jahresberichte aller Führungskräfte, externer Berater und Prüfer, ebenso systematische Reklamationsauswertungen aus dem Qualitätsmonitoring.</p> <p>Kritische ökologische Daten werden veröffentlicht in der Ökobilanz, Umwelterklärung, Product Carbon Footprint (PCF) aller Eigenprodukte.</p> <p>Ökonomische Daten zur wirtschaftlichen Leistung, Verteilung der Wertschöpfungskette, Verteilung der Kosten und Lohnstruktur werden veröffentlicht.</p> <p>Auswertung und Veröffentlichung diverser Sozialkennzahlen wie Unfallquoten Krankheitstage, Spendenauswertung</p>	



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>C4.2 Legitimierung der Führungskräfte</p> <p>Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden</p>	<p>Mitarbeitende werden zur Führungskräfteauswahl angehört.</p> <p>Das letzte Entscheidungsgremium für Einstellungen und Entlassungen ist der innere Führungskreis.</p>	<p>3, 2</p>
<p>C 4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden</p> <p>Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %)</p>	<p>Investitionsentscheidungen sind in den meisten Fällen auf Wünsche der Mitarbeitenden zurückzuführen.</p> <p>Entscheidungen über Einstellungen und Entlassungen werden im Führungskreis entschieden.</p> <p>Die Meiserrunde hat Empfehlungsfunktion.</p> <p>Erste Beschäftigung mit dem Thema Partizipation ist erkennbar.</p>	<p>8, 6</p>
<p>C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates</p> <p>Betriebsrat: vorhanden/nicht vorhanden; seit wann?</p>	<p>Es gibt einen Betriebsrat.</p>	<p>0</p>

Potenzial:

- 360 Grad Mitarbeiterbefragung durchführen, jeder bewertet jeden, nach oben und unten
- Systemisches Konsensieren im Führungskreis erproben
- Gremien für Mitentscheidung etablieren, Beispiel Soziokratie oder Holocracy

<p>D1 Ethische Kundenbeziehung</p>	<p>Selbsteinschätzung: 7</p>	<p>X</p>	<p>Auditorinneneinschätzung: 6</p>	<p>9, 7</p>
<p>D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen</p> <p>Märkisches Landbrot hat sich bewusst für die Bindung an den Naturkost-Fachhandel entschieden. Der Fokus liegt bei Kund*innen in der Region.</p>				



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen</p> <p>Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %</p> <p>interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein?</p>	<p>Gestaltung der Kundenbeziehungen orientieren sich an den Grundsätzen für die gesamte Wertschöpfungskette: Transparenz, Fairness und Vertrauen.</p> <p>Märkisches Landbrot besitzt als Lieferbäcker keine eignen Verkaufsstellen.</p> <p>Es gibt keine herkömmliche Endverbraucher-Werbung. Marketing besteht im Wesentliche aus B2B-Maßnahmen und Offenlegung der gelebten Firmenwerte.</p> <p>Es gibt eine Volldklärung aller Produkte auf der Website und auf Brotplakaten.</p> <p>Informationen über die Nachverfolgbarkeit vom Bauern bis zum Laden sind auf der Website zu finden.</p> <p>Statt klassische Werbung gibt es spezielle Aktionen beim Kunden wie Holzbackofen-Aktionen sowie Führungen durch den Betrieb.</p> <p>Informationen erfolgen hauptsächlich über den aktuell gehaltenen Internetauftritt mit Informationen zu den Produkten, verwendete Rohstoffe und Produktionsbedingungen. Schulungen gibt es nur zu Themen wie Qualität, Sensorik, ökologische Aspekte, anthroposophische Themen und keine Schulungen zur Steigerung der Verkaufszahlen.</p> <p>Im Verkauf gibt es keine Umsatzprovisionen sondern alle Mitarbeitenden sind im Erfolg über ein Prämiensystem beteiligt.</p> <p>Durch die täglichen Bestellungen gibt es einen laufenden Dialog mit KundInnen.</p>
<p>D1.2 Barrierefreiheit</p> <p>Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird:</p> <p>5%</p>	<p>5, 4</p> <p>Es wird mit Blick auf Endverbrauer bewusst auf Zwischenhandlungsstufen verzichtet.</p> <p>Als benachteiligte KundInnen werde neu eröffnete Läden und Unternehmen der Gemeinschaftsverpflegung gesehen (Schulen, Kitas, Seniorenheime, Krankenhäuser)</p> <p>Die benachteiligten KundInnen (kleinere Händler) gegenüber größeren Händlern werden nicht speziell gefördert. Im Gegenteil, es gibt derzeit die Praxis der Rückvergütung am Jahresende nach Umsatzvolumen. Hierbei profitieren die größere Händler mehr als die kleinen.</p> <p>Es gibt keine soziale Preisstaffel.</p>



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>D1.3 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen</p> <p>Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen</p>	<p>Das Unternehmen bestätigt, dass es keine unethische Werbemaßnahme einsetzt.</p> <p style="text-align: right;">0</p>
--	--

Potenzial:

- Preise und Boni für alle Unternehmensgrößen vereinheitlichen (siehe Good Practice Preispolitik CulumNatura, wo alle den gleichen Preis erhalten unabhängig von der Abnahmemenge)
- Carbon Foot Print wird wenig von Endkunden genutzt >> Potenzial der Verhaltensänderung wird nicht genutzt.
- Verstärkt die Kommunikation über die Markenphilosophie und Markenbotschaft von Märkischen Landbrot an Endkundinnen ausbauen, um Botschafter für einen nachhaltigen Lebensstil zu werden >> Carbon Footprint Rechner über social media bekannt machen

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern	Selbsteinschätzung: 6	✔	AuditorInneneinschätzung: 6
<p>D2.1 Kooperation mit Mitunternehmern</p> <p>Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens (in Stunden pro Jahr bzw. als %-Anteil)?</p> <p>Wie viel Prozent von Zeit/Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt: 8%</p> <p>Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)</p>	<p>Märkisches Landbrot engagiert sich im Märkischen Wirtschaftsverbund fair & regional Bio. Hier gibt es eine jährliche Selbstauskunft der Mitglieder und gegenseitige Betriebskontrollen, sowie Bestätigung der Fairness der Mitglieder untereinander.</p> <p>Märkisches Landbrot veröffentlicht viele Unternehmensberichte und externe Prüfergebnisse und stellt es Interessierten zur Verfügung.</p> <p>Über das eigene Produktinformationssystem werden Informationen über Details der Lieferkette sowie zur Herkunft offengelegt.</p> <p>Die am Runden Tisch Getreide mit Bäckerkollegen und Bauern besprochenen Preise werden auf der Website veröffentlicht.</p>		6, 6



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen</p> <p>Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, aber mit anderer Zielgruppe</p> <p>In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen (Anzahl: x/3)?</p> <p>Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards: 80%</p> <p>aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying): 5%</p> <p>Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards: 15%</p>	<p>„Woche der offene Backstube“ wird von mehreren Berliner Bio-Bäckern organisiert und es wird eine gemeinsame Website betrieben. Bei regelmäßigen Treffen kommt es zum Austausch von Rohstoffen, Maschinen und zu Hilfestellungen in Zeiten der Not untereinander.</p> <p>Märkische Landbrot ergänzt das eigene Sortiment um Handelswaren der Mitbewerber.</p> <p>Es gibt Kooperationen im Bereich unterschiedlicher Qualitätsstandards wie EMAS, Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller, Klimaschutz- und Energieeffizienzgruppe.</p> <p>Im Bereich Forschung und Entwicklung gibt es regelmäßige Kooperationen mit Studierenden und Professoren von Hochschulen.</p>	<p>6, 6</p>
<p>D2.2 Solidarität mit Mitunternehmern</p> <p>Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen ...</p> <p>anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmern zu unterstützen?</p> <p>der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmern zu unterstützen?</p> <p>Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmern ...</p>	<p>Zum Austausch von Wissen und Erfahrungen werden regelmäßig Bäcker als Gastbäcker aufgenommen.</p> <p>Ebenso werden auf Wunsch Lehrlinge mit der auf dem Betriebsgelände ansässigen Vollkornkonditorei Tillmann ausgetauscht. So können Lehrlinge sowohl eine Bio-Bäckerei als auch eine Bio-Konditorei kennen lernen.</p> <p>Es gab solidarische Unterstützung eines Bäcker-Kollegen, dem Geld für einen neuen Backofen zinsfrei geliehen wurde.</p>	<p>6, 6</p>



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmer zu unterstützen?</p> <p>der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmer zu unterstützen?</p> <p>(%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)</p> <p>Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen ...</p> <p>anderer Branchen weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmer zu unterstützen?</p> <p>der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmer zu unterstützen?</p> <p>(Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)</p>	<p>Das Unternehmen bestätigt, die Marktmacht niemals auszunutzen. Im Gegenteil bei Machtverschiebung wird die Augenhöhe hergestellt. (siehe Runder Tisch Getreide, fair & regional)</p>
<p>D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern</p> <p>Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmern in der Kommunikation statt?</p> <p>Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?</p> <p>Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?</p>	<p>0</p>



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmern, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?</p> <p>Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen?</p>	
---	--

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	Selbsteinschätzung: 10	AuditorInneneinschätzung: 10
<p>D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)</p>	<p>✓</p>	<p>10, 10</p> <p>Die ökologischen Auswirkungen werden durch ein eigenes für die Bäckerei entwickeltes Verfahren des ökologischen Fußabdrucks (Produkt Carbon Footprint (PCF) erfasst, welches von Christoph Deinert mit der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde entwickelt wurde.</p> <p>Der ökologische Fußabdruck von Brot beträgt gemäß Studien ca. 600 Gramm CO₂/Kilogramm Brot. Das ist ein sechzehntel von Fleisch oder Milch.</p> <p>Durch die Demeter-Rohstoffe und die Demeter-Verarbeitung entspricht das Brot von Märkischem Landbrot dem aktuell höchsten ökologischen Standard.</p> <p>Der größte Anteil der Emissionen wird durch die Wahl der Fortbewegungsmittel der Endverbraucher zum Einkaufen fahren beeinflusst.</p>



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at




	<p>Aus diesem Grund hat Märkisches Landbrot einen eigenen Product Carbon Footprint Rechner entwickelt und stellt diesen zur Überprüfung des eigene Konsumverhaltens auf der Website zur Verfügung.</p> <p>Seit 1992 wird regelmäßig die Öko-Bilanz erstellt, die kontinuierliche Verbesserung der Effizienz und Konsistenz dokumentiert.</p> <p>Märkisches Landbrot setzt sich bewusst für den Erhalt der biologische Vielfalt ein, z.B. wird beim Getreide auf Hybridsorten verzichtet.</p> <p>Der Beitrag zur Förderung der Agro-Biodiversität liegt neben der Nutzung biologisch-dynamischer Pflanzenzüchtung in der Nutzung alter, traditioneller Sorten.</p> <p>Suffizienz wird vor allem als Einsparung von Material und Energie gelebt.</p>	10, 10
<p>D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)</p>	<p>Lt. dem Buch „Die Essensvernichter“ entstehen in kleineren Bäckereien ca. 10% Lebensmittelabfälle und in größeren 20%. Die Verbraucher verursachen nochmals 15% Lebensmittelabfall.</p> <p>In der Mühle und Bäckerei von Märkisches Landbrot werden die in der Produktion anfallenden organischen Reststoffe soweit wie möglich weiterverarbeitet. Gebackene Sauerteigbrote werden geröstet und als Röstbrote weiterverarbeitet.</p> <p>Noch verzehrbare Brote werden der Berliner Tafel gespendet. Nicht für den Menschen verzehrbare Brotreste werden als Futtermittel verschenkt.</p> <p>Das Buch „Kochen mit Brot“ von den Herausgebern Taina Guerdes und Joachim Weckmann gibt Ideen und Anregungen zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung.</p> <p>Durch das Umweltmanagement von Märkisches Landbrot wird an der kontinuierlichen Verringerung negativer Umweltauswirkungen gearbeitet.</p>	0
<p>D3.3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen</p>		



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	Selbsteinschätzung: 9	 AuditorInneneinschätzung: 9	9, 8
<p>D4.1 Kund*innenmitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung</p> <p>Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind</p> <p>Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind: 50%</p>	<p>Mit allen Kunden werden jährlich Kundengespräche geführt. Die vierzig wichtigsten KundInnen werden monatlich von der Kundenbetreuerin besucht. Hier geht es darum, Ideen, und Meinungen zu Produktentwicklung aufzunehmen.</p> <p>Die Reklamationsabwicklung hilft zur laufenden Qualitätsverbesserung. Die telefonische Erreichbarkeit ist rund um die Uhr gegeben.</p> <p>Für Notfälle und Störungen steht die Geschäftsführung rund um die Uhr zur Verfügung.</p> <p>Die Bäckerei entwickelt alle zwei Monate ein Monatsbrot. Durch die Nachfrage des Monatsbrotes wird direktes Feedback eingeholt. Dadurch entscheiden KundInnen mit, welches Brot ins Sortiment aufgenommen wird.</p> <p>Verbraucher werden durch regelmäßige Verkaufaktionen über die Qualität der Produkte informiert. Durch direkten Kontakt zu den Kund:innen gibt es rasche Rückmeldungen, wie die Brote gefallen sowie über eventuelle Reklamationen.</p> <p>Kundenreklamationen werden in den Managementreviews veröffentlicht.</p>		
<p>D4.2 Produkttransparenz</p> <p>Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes): 100%</p> <p>Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes): 92.5%</p> <p>Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen</p>	<p>Produkttransparenz wird durch die nahezu tagesaktuelle Nachverfolgbarkeit aller Zutaten bis zum Bauern geboten sowie über die Volldeklaration aller Eigenprodukte.</p> <p>Die Preiskalkulation ist auf der Website leicht verständlich dargestellt.</p> <p>Durch das etablierte Umweltmanagementsystem (EMAS) werden externalisierte Kosten weitgehend vermieden. Die Fortschritte werden von externen Prüfern bestätigt.</p> <p>Der Product Carbon Footprint zeigt die Umweltauswirkungen.</p>		8, 9



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen</p> <p>Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)</p>	<p>Das Unternehmen bestätigt, dass Produkte von Märkischen Landbrot keine Schadstoffe enthalten.</p>	<p>0</p>
---	--	----------

<p>E1 Sinn und Gesellschaftliche Wirkung der Prod/DL</p>	<p>Selbsteinschätzung: 9</p>	<p>✓</p>	<p>Auditorinneneinschätzung: 9</p>
<p>E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben</p> <p>Anteil der Nutzernart in % des Gesamtumsatzes:</p> <p>erfüllte Bedürfnisse: Grundbedürfnisse (... %) Statussymbole bzw. Luxus (... %) dient der Entwicklung ... der Menschen (... %) der Erde/Biosphäre (... %) löst soziale oder ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen (... %)</p> <p>Nutzen der Produkte/Dienstleistungen: Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (... %) hemmender bzw. Pseudo-Nutzen (... %) Negativnutzen (... %)</p>	<p>Produkte von Märkischen Landbrot erfüllen nahezu 100% die Grundbedürfnisse nach Lebenserhaltung, Ernährung und Gesundheit.</p> <p>Die Rohstoffe stammen mindestens aus ökologischem Landbau und bevorzugt Demeter-Qualität.</p> <p>Durch die regelmäßige Zertifizierung im Rahmen des Umweltmanagementsystems EMAS wird sichergestellt, dass die ökologischen Auswirkungen so gering wie möglich gehalten werden und zusätzlich positive Effekte für Gesundung der Erde entstehen. Dies geschieht durch konkrete Förderung ökologischer Saatgutvermehrung sowie die Förderung des ökologischen Landbaues.</p> <p>Die Versorgung der Menschen mit hochwertigen Nahrungsmitteln fördert die Gesundheit und das Wohlbefinden der Kundinnen.</p> <p>Im Hinblick auf die 17 Sustainable Development Goals (SDG) der UN trägt Märkisches Landbrot zu einer Vielzahl von Zielen bei wie Hunger beenden, gute Gesundheit und Wohlbefinden, sauberes Wasser durch ökologische Landwirtschaft, menschenwürdige Arbeit, Förderung von nachhaltigem Konsum, Maßnahmen für Klimaschutz, Schutz von Ökosystemen sowie Partnerschaften zur Erreichung der UN-Ziele.</p>	<p>10, 9</p>	<p>8, 8</p>
<p>E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen</p>	<p>Die Aktivitäten von Märkischen Landbrot erreicht über die direkten Kunden hinaus die Endverbraucher durch vielschichtige Kommunikationsmaßnahmen.</p>		



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr</p> <p>Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser*innen, Besucher*innen</p> <p>E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen</p> <p>Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen</p> <p>Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben</p>	<p>Verhaltensändernde Wirkung entsteht durch die detaillierte Information über die ökologische Qualität der Produkte. Speziell der Product Carbon Footprint Rechner auf der Website fördert das Bewusstsein für Umweltauswirkungen des Konsumverhaltens.</p>
---	--

Potenziale:

- Footprint App für EndverbraucherInnen anbieten, und auf andere Produkte ausweiten, z.B. Konditorwaren
- Mit dem Thema Carbon Footprint mit anderen GWÖ-Unternehmen in Kooperation treten, um mehr als nur eigene KundInnen zu erreichen.

<p>E2 Beitrag zum Gemeinwesen</p>	<p>Selbsteinschätzung: 7</p>	<p>X</p>	<p>AuditorInneneinschätzung: 6</p>
<p>E2.1 Steuern und Sozialabgaben</p> <p>Umsatz</p> <p>Nettoabgabenquote: Darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden: effektiv gezahlte Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer)</p> <p>lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber*innen</p> <p>Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig</p>	<p>30% Nettoabgabenquote wird als „erfahren“ eingestuft.</p>	<p>5, 6</p>	



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>Beschäftigten), abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen</p>	<p>9, 6</p>
<p>E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens</p> <p>geldwerte freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in % des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)</p>	<p>2017 wurden Spenden in der Höhe von 150.000 € geleistet. Das entspricht 1,8% des Umsatzes und wird als „erfahren“ eingestuft.</p> <p>Es gibt viele kleine Spenden im sozialen Umfeld, wo es nötig erscheint zu helfen. Größere Spenden im Bereich 2000 € – 5000 € werden nach gewünschtem Impact ausgewählt. Hierbei wird an die größten Herausforderungen der Menschheit gedacht, z. B. Bildungsprojekt für Frauen in Afrika, um dabei das Problem der Überbevölkerung zu lösen.</p>
<p>E2.3 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung</p> <p>Länderspezifisches Reporting bei Konzernen: Umsatz Wertschöpfung: Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung Veranlagungsvolumen Anzahl der Beschäftigten, Bruttolohnsumme, Nettolohnsumme Steuerleistung und Sozialabgaben (gegliedert nach Abgabensarten: Ertragsteuern, Lohnsummensteuer etc.) Fördersumme Zinszahlungen und Zahlungen für immaterielle Leistungen (v.a. Lizenzgebühren) an ausländische Niederlassungen oder Partner*innen</p>	<p>0</p> <p>Das Unternehmen bestätigt, dass es keine verbundenen Unternehmen in anderen Ländern gibt und auch keine Zinsen, Lizenzgebühren oder Abgeltungen für immaterielle Leistungen in Steueroasen gibt.</p>
<p>E2.4 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention</p> <p>Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden? Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?</p>	<p>0</p> <p>Alle Führungskräfte unterschreiben jährliche eine Compliance-Erklärung, in der sie bestätigen, dass sie sich an die gesetzlichen Auflagen halten und keine Geschenke oder Zuwendungen angeboten, versprochen, gefordert, gewährt oder genommen werden, um eine Geschäftsbeziehung in unzulässiger Weise zu beeinflussen.</p> <p>Alle responsible Lobbying-Aktivitäten und Verbandsmitgliedschaften sind auf der Website veröffentlicht.</p>



Angela Drosig-Plockinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?</p> <p>Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe den Positivaspekt wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?</p>	
---	--

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	Selbsteinschätzung: 7	✓	AuditorInnenneinschätzung: 7
<p>E3.1 Absolute Auswirkungen / Management und Strategie</p> <p>Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:</p> <p>Umweltkonto gemessen in</p> <p>Ausstoß klimawirksamer Gase kg</p> <p>Transporte (und dessen CO₂-Äquivalent) km bzw. kg</p> <p>Benzinverbrauch (und dessen CO₂-Äquivalent) Liter bzw. kg</p> <p>Stromverbrauch (und dessen CO₂-Äquivalent) kWh bzw. kg</p> <p>Gasverbrauch (und dessen CO₂-Äquivalent) kWh bzw. kg</p>	<p>Märkisches Landbrot hat seit 1995 ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem (EMAS) und veröffentlicht seit 1992 jährlich seine Öko-Bilanz.</p> <p>Jährlich werden alle Product Carbon Footprints aller Eigenprodukte aktualisiert.</p> <p>CO₂-Äquivalente werde im Verhältnis der Produktionsmenge dargestellt.</p> <p>2017 beliefen sich betriebsinterne Emissionen auf 168g je kg Brot. Verbleibende Emissionen werden durch Urwaldaufforstungen in Borneo kompensiert.</p> <p>2018 betrug die Emissionen für Verkehr 102 g je kg Brot.</p> <p>Strom ist 100% Ökostrom und dadurch CO₂-neutral. Die Energieeffizienz beim Stromverbrauch wurde ab 2006 abgeflacht, durch Installation einer Brunnenanlage und Installation einer Silo- und Saueranlagen.</p> <p>Für Wärmegewinnung sind zwei Thermo-Öl Kessel (Öl als Trägermittel) in Verwendung, die mit Erdgas befeuert werden.</p>	<p>10, 10</p>	<p>10, 10</p>



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) kWh/°C</p> <p>Verbrauch von Trink- und Regenwasser m3</p> <p>Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) kg</p> <p>Papierverbrauch kg</p> <p>Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien kg</p> <p>Kunststoffeinsatz Lumen, kWh</p> <p>Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie</p> <p>E3.2 Relative Auswirkungen</p> <p>relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region</p> <p>E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen</p>	<p>Seit 2018 gibt es eine neue Backofenanlage.</p> <p>Wasser kommt aus dem eigenen Brunnen mit einer Tiefenbohrung (80 Meter). Reinigungsmittel sind zu 93% mit Öko-Siegel.</p> <p>Hinsichtlich ökologischer Nachhaltigkeit kann sich MÄRKISCHES LANDBROT Innovationsführer in der Bäcker Branche nennen.</p> <p>Es sind keine Bäcker bekannt, die ein derartiges Umweltmanagement-System aufgebaut haben und seit einigen Jahren klimaneutral wirtschaften.</p> <p>Das Unternehmen bestätigt, dass es keine Verstöße gegenüber Umweltauflagen gibt.</p>	<p>4, 10</p> <p>0</p>
---	--	-----------------------

<p>E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung</p>			<p>Selbsteinschätzung: 8</p> <p style="text-align: center;">✔</p>	<p>AuditorInneneinschätzung: 8</p>
<p>E4.1 Transparenz</p> <p>Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung</p>	<p>Märkisches Landbrot betreibt eine aktiv offene und ehrliche Informationspolitik.</p> <p>Auf der Website werden sämtliche wesentliche Daten und Informationen der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt:</p>			



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at



<p>E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung</p> <p>Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)</p> <p>Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z.B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden: ja/nein?</p>	<p>Inhaltstoffe der Produkte, ökologischer Fußabdruck, Management-Reviews sowie Berichterstattung über die Lage des Unternehmens.</p> <p>Seit dem ersten GWÖ-Audit 2011 werden Gemeinwohl-Bilanzen auf der Website veröffentlicht, seit 2014 auch der Auditbericht.</p> <p>Ebenso werden Umwelterklärung und EMAS-Berichte, Ökobilanzen sowie weitere Informationen über das Unternehmen auf der Website veröffentlicht.</p> <p>Für die Öffentlichkeit ist Märkisches Landbrot über die Website, auf diversen Veranstaltungen sowie über regelmäßige Betriebsführungen für die interessierte Öffentlichkeit direkt ansprechbar.</p> <p>Über konkrete Mitentscheidung der Öffentlichkeit bei berechtigten Interessen, z.B. bei Bauvorhaben, wird nichts berichtet.</p> <p>Märkisches Landbrot orientiert sich freiwillig an Vorgaben diverser Verbände, wie Demeter, Gemeinwohl-Ökonomie, EMAS, fair & regional, was einer gewissen Mitentscheidung gleichkommt.</p> <p>Ein zusätzliche institutionalisierter Dialog mit der breiten Öffentlichkeit scheint nicht zu bestehen.</p> <p>Das Unternehmen bestätigt, dass es weder Intransparenz noch Fehlinformationen fördert.</p>	<p>6, 6</p>
<p>E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation</p>		<p>0</p>

AUDITOR/INNEN

Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at

Datum: 11.10. 2021



Angela Drosig-Plöckinger, a.drosig@mehrwerte.at

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1: Testat und Punkteübersicht	6
Abbildung 2: Übersicht Indikatoren 2016 bis 2017	7
Abbildung 3: Übersicht Werte 2016 bis 2017	7
Abbildung 4: Übersicht Stakeholder 2016 bis 2017	8
Abbildung 5: Grafik: Logo fair & regional für Partnerbetriebe des Märkisches Wirtschaftsverbunds e.V.	11
Abbildung 6: Runder Tisch Getreide 2017.....	11
Abbildung 7: Übersicht Herkunft Getreidelieferungen 2017	13
<i>Abbildung 8: Entwicklung Mitarbeiterzufriedenheit unter verschiedenen Gesichtspunkten, Stand 2018</i>	<i>25</i>
<i>Abbildung 9: Kundengruppen Umsatzbezogen 2017</i>	<i>37</i>
<i>Abbildung 10: Entwicklung des mittleren Product Carbon Footprint.....</i>	<i>42</i>
Abbildung 11: Foto: Kochbuch »Kochen mit Brot«	43
Abbildung 12: Monatsbrot: Cranberry-Walnuss	44
Abbildung 13: Das Landbrot-Team auf der Terra-Messe	45
Abbildung 14: Verteilung der Sach- und Geldspenden 2017	49
Abbildung 15: Mittelursprung 2017.....	49
Abbildung 16: Mittelverwendung 2017	50
<i>Abbildung 17: Emissionsquote ohne Berücksichtigung des Wiederaufforstungsprojekts</i>	<i>52</i>
<i>Abbildung 18: Emissionsquote mit Berücksichtigung des Wiederaufforstungsprojekts ..</i>	<i>52</i>
<i>Abbildung 19: Emissionsquote Verkehr</i>	<i>53</i>
<i>Abbildung 20: Stromverbrauch und -effizienz in Relation zu den Produkten in kg</i>	<i>53</i>
<i>Abbildung 21: Wärmeenergieverbrauch und -effizienz.....</i>	<i>54</i>
<i>Abbildung 22: Wärmeanteile am Gesamtwärmebedarf 2018</i>	<i>54</i>
<i>Abbildung 23: Entwicklung des Anteils der Wärmerückgewinnung</i>	<i>55</i>
<i>Abbildung 24: Wasserverbrauch und -effizienz.....</i>	<i>55</i>
<i>Abbildung 25: Abfallaufkommen der letzten Jahre</i>	<i>56</i>
<i>Abbildung 26: Verteilung der Abfallanteile</i>	<i>56</i>
Abbildung 27: Reinigungsmittel 2017	57
Abbildung 28: Reinigungsmittel 2016	57
<i>Abbildung 29: Biodiversitätsquote Getreidesorten</i>	<i>58</i>
<i>Abbildung 30: Verteilung der Besuchergruppen nach Interessengruppen</i>	<i>60</i>

Tabellen

<i>Tabelle 1: Auszug Einkaufsstatistik (s.a. Anlage 1)</i>	<i>10</i>
<i>Tabelle 2: Umsatzanteile bei den Banken</i>	<i>19</i>
<i>Tabelle 3: Zukunftsausgaben 2016 bis 2017</i>	<i>19</i>
<i>Tabelle 4: Zukunftsausgaben 2018 bis 2021</i>	<i>20</i>
<i>Tabelle 5: Demografische Verteilung der Mitarbeitenden 2017</i>	<i>27</i>
<i>Tabelle 6: Neueinstellungen nach Diversitätskriterien 2017</i>	<i>27</i>
<i>Tabelle 7: Historie Lohnerhöhungen und Prämienzahlungen als Beteiligung an erfolgreichen Jahren</i>	<i>28</i>
<i>Tabelle 8: Berechnung Living Wages im Vergleich zum Mindestlohn MÄRKISCHES LANDBROT</i>	<i>29</i>

<i>Tabelle 9: Lohnstruktur Mühle und Backstube, Stand 01.10.2019 (mit MR Meisterrunde, FK Führungskreis, GF Geschäftsführung)</i>	<i>30</i>
<i>Tabelle 10: Aufwand Bilanzierung und Berichterstellung GWÖ</i>	<i>66</i>