

Gemeinwohl Ökonomie Bilanz 2020/2021



Göttingen, September 2022

Unternehmenssteckbrief

Berichtszeitraum:	2020 / 2021
Erstellung	22. September 2022
Firmenname:	Naturkost Elkershausen GmbH
Website:	www.naturkost-elkershausen.de
Branche:	Lebensmittelgroßhandel für Naturkostprodukte
Firmensitz:	37079 Göttingen, Levinstraße 9
Gründungsjahr:	1978
Umsatz 2021:	ca. 55 Mio. Euro
Geschäftsführung:	Hermann Heldberg Jonathan Mesecke
Gesellschafter:	Hermann Heldberg
Gesamtanzahl Mitarbeitende:	191
Vollzeitäquivalente:	ca. 92 (mit 36 Stunden / Woche)
Anzahl Saison-/Zeitarbeitende:	0
Anzahl Kunden:	600
Anzahl Artikel:	10.000

Das Unternehmen ist Gesellschafter / Genosse an verschiedenen Gesellschaften bzw. Genossenschaften u.a.:

- Naturkost Erfurt GmbH, Erfurt
- Die Regionalen GmbH, Berlin
- BioKüche Leinetal Gesellschaft für gesundes Essen mbH
- Fair Bio Genossenschaft, Göttingen
- Naturkost Schramm Import-Export GmbH, Appenweiler

Mitgliedschaften/Kooperationen u.a:

- Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft e.V.
- Bioverita, Langenthal

1. Kurzpräsentation „Naturkost Elkershausen GmbH“

Die Großhandlung „Naturkost Elkershausen GmbH“ (nachfolgend auch NKE genannt) ist ein Lebensmittel-Vollsortimenter, ausschließlich mit Lebensmitteln aus ökologischem Anbau, d.h. es wird mit einem breiten Warensortiment das gesamte Nachfragespektrum des Naturkost-Facheinzelhandels abgedeckt. Das Sortiment umfasst ca. 10.000 Produkte aus dem Frisch- und Trockenbereich.

Das Liefergebiet erstreckt sich nördlich bis zu den ostfriesischen Inseln, Oldenburg und Bremen, westlich bis Bielefeld und Münster und südlich bis Gießen und Fulda. Die südöstlichen Bundesländer werden in Zusammenarbeit mit der Naturkost Erfurt GmbH beliefert.

Der Kund*innenstamm setzt sich aus Naturkostläden, Hofläden, Marktständen, Lieferservices, Gaststätten, Hotels, Tagungshäusern, Großküchen und Kliniken zusammen. Etwa 400 Kunden werden regelmäßig, d. h. mehrmals pro Woche, und weitere 200 in unregelmäßigen Abständen beliefert.

Naturkost Elkershausen wurde 1978 in Elkershausen bei Göttingen u.a. durch Hermann Heldberg gegründet. 1987 wurde die Firma in eine GmbH umgewandelt, seit 1987 ist Hermann Heldberg alleiniger geschäftsführender Gesellschafter. 1988 fand der Umzug nach Göttingen in die Gebäude einer ehemaligen Tuchfabrik statt. Im Jahr 2000/2001 wurden die genutzten Flächen und Gebäude erweitert, so dass seitdem etwa 5.000 qm Lagerfläche sowie 1.150 qm Büro- und Sozialräume für die insgesamt ca. 191 Voll- und Teilzeitbeschäftigten zur Verfügung stehen.

Naturkost Elkershausen vertreibt zu 100 Prozent Produkte aus ökologischer Herstellung. Lebensmittelhändler, die einem Konzern angehören, sind bewusst nicht Teil des Kundenstamms – inhabergeführte Partner*innen-Unternehmen sind die gewünschte/angestrebte Zielgruppe.

2. Naturkost Elkershausen und Gemeinwohl

Durch die Gründer wurden von Anfang an die Werte der gesunden Ernährung, des Umweltschutzes, der Stärkung der regionalen Anbau- / Produktionsstrukturen, der sozialen Gerechtigkeit sowie Entwicklung in das Unternehmen eingebracht und gelebt. Daraus resultiert unter anderem ein Bewusstsein für **„ganzheitliches Arbeiten und Denken“**. „Vom Anbau auf dem Acker, über die Verarbeitung und Logistik, dem Handel, den Endkund*innen bis hin zu Recycling und Mehrwegsystemen“.

Seit 2022 ist die Naturkost Elkershausen GmbH Mitglied im Verein der GWÖ.

Testat GWÖ-Kompaktbilanz 2020 / 2021

Inhaltsverzeichnis Teil I

Unternehmenssteckbrief	Seite	2
1. Kurzpräsentation Naturkost Elkershausen GmbH	Seite	3
2. Naturkost Elkershausen und Gemeinwohl	Seite	3
3. Testat Gemeinwohl Ökonomie-Kompaktbilanz 2020/2021	Seite	4
A: Berührungsgruppe Lieferant*innen	Seite	6
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	Seite	6
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	Seite	10
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	Seite	12
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	Seite	13
B: Berührungsgruppe Eigentümer*innen & Finanz Partner*innen	Seite	15
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	Seite	15
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	Seite	16
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	Seite	18
B4 Eigentum und Mitentscheidung	Seite	20
C: Berührungsgruppe Mitarbeitende	Seite	21
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	Seite	21
C2 Ausgestaltung der Arbeitsplätze	Seite	24
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	Seite	27
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	Seite	29
D: Berührungsgruppe Kund*innen & Mitunternehmen	Seite	31
D1 Ethische Kund*innen-Beziehungen	Seite	31
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	Seite	35
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	Seite	38
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	Seite	39
E: Berührungsgruppe gesellschaftliches Umfeld	Seite	41
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	Seite	41
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	Seite	44
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	Seite	45
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	Seite	46
4. GWÖ-Bewertung Berichtszeitraum 2020 / 2021	Seite	48
5. Kurzfristige Ziele	Seite	49
6. Langfristige Ziele	Seite	49
7. EU Konformität - Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen	Seite	49
8. Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	Seite	49

A: Berührungsgruppe Lieferant*innen

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

- Kernkompetenzen der Naturkost Elkershausen**

Die Kernkompetenz der Naturkost Elkershausen ist seit je her der Großhandel mit BIO-Naturkostprodukten. Die Umsatzanteile in 2020 und 2021 verteilen sich wie folgt:

Naturkost Elkershausen GmbH		Umsatzanteile nach Warenhauptgruppen	
Sortimentsbereiche	Umsatzanteil in % vom Gesamtumsatz 2021	Umsatzanteil in % vom Gesamtumsatz 2020	
Molkereiprodukte / Wurst	17,92	18,08	
Käse	8,14	7,93	
Tofu / Eier / Fisch	6,91	6,66	
Tiefkühlprodukte	1,59	1,61	
Obst und Gemüse	27,87	26,93	
Trockensortiment	37,57	38,79	
gesamt %	100,00	100,00	

Wir sind stolz darauf, dass 100% der Produkte aus biologischer Erzeugung stammen. Auch künftig werden wir von der NKE darauf achten, dass das konsequent eingehalten wird!

Die eigene Produktion / Herstellung von Bio-Lebensmitteln gehört **nicht** zu den Kompetenzen der NKE. Der eigene Anspruch wird in diesem Bereich aber über starke Kooperationen mit Anbaubetrieben umgesetzt. Zu nennen sind hier u.a.:

- Bei den „Unverpackt Läden“ führten diese u.a. auf Initiative von Naturkost Elkershausen (NKE) die Umfüllung von 5 Kg. Mengeneinheiten in wiederverwertbaren Boxen ein.
- Unsere Eigenmarke „von“, war die Erste am Markt, bei der die Transparenz der Herkunft auf dem Etikett zu 100% für die Produkte dieser Marke aufgeführt wurden.
- Gemeinsam mit Anbaubetrieben wird die Sicherstellung der Fruchtfolge im Bereich von Hülsenfrüchten umgesetzt.

- Lieferantenauswahl**

Für die Auswahl der Lieferant*innen wurden im Berichtszeitraum umfangreiche Leistungskriterien (u.a. wirtschaftliche Aspekte, Angaben zu den Rohstoffen / Bezugsquellen, die Art der Produktion und zunehmend soziale Kriterien beinhalten) neu aufgestellt. Grundsätzlich werden bei der Neulistung von Lieferant*innen inhabergeführte und regionale Betriebe, soweit es möglich ist, den Vorrang vor konzerngeführte Lieferanten gegeben.

Um den Bio-Anteil von 100% bei den Produkten auch künftig zu sichern, müssen alle Lieferant*innen und Produkte mindestens die EU-Bio-Zertifizierung haben. Der regionale Anbau und die regionale Herstellung der Frische-Produkte (Obst, Gemüse, Fleisch, Käse, Mehl Säfte etc.) sollte im Umkreis von 200 km um Göttingen herum erfolgen. Der regionale Anteil der Frische-Produkte liegt derzeit bei über 1/3 vom gesamten Frische-Umsatz. Das unterstreicht nochmals aus ökologischer Sicht her unseren Ansatz, mit Anbaubetrieben aus der Region zusammen zu arbeiten und diese dadurch zu stärken.

- **Die Regionalität ist unsere Stärke.**

Der regionale Bezug, also die Nähe zu den Lieferant*innen, stellt zudem sicher, dass eine gute gegenseitige Vertrauensbasis zwischen Naturkost Elkershausen und unseren Lieferant*innen besteht, „*man kennt sich und spricht vor Ort miteinander*“.

Die regionalen Frische-Lieferant*innen (Obst, Gemüse) sind überwiegend Mitglieder im Verband Bioland/Demeter und besitzen dadurch Bioland-/ Demeterzertifikate.

In der Vergangenheit als auch heute trägt NKE sehr viel dazu bei, den herkömmlichen Anbaubetrieben in Form von Beratungen (Anbauplanungen, Sorten und Mengen) Informationen und Erfahrungen für die Umstellung auf den ökologischen Landbau zu geben.

Bei Über- oder Untermengen im Anbau reden wir partnerschaftlich mit unseren Anbaubetrieben und treffen Lösungen, die für alle Parteien passen. Besonders stolz sind wir darauf, dass die vorgenannten Vereinbarungen seit vielen Jahren ausschließlich per Handschlag erfolgen und es bisher keine nennenswerten Probleme zwischen den Partner*innen gab.

- **Abhängigkeiten zu Lieferant*innen / Marken.**

Die Lieferantenstrukturen sind größtenteils ausgewogen – gravierende Abhängigkeiten zu einzelnen Lieferant*innen gibt es nicht. Die Entwicklungen der Umsatzanteile der „A“ – Lieferant*innen werden aktiv jedes Jahr durch uns geprüft und bei negativen Tendenzen mit alternativen Lieferant*innen versucht, die Abhängigkeiten zu reduzieren.

- **Bezug von überregionalen Waren.**

Das was wir nicht regional im Bereich der Frische beziehen können, kommt aus der EU (Spanien, Italien, Griechenland) und aus Drittländern.

Beim Bezug von Bio-Waren (z.B. Bananen, Zitronen, Ananas etc.) aus diesen Ländern achten wir seit Jahren zudem auf eine faire Erzeugung und einem fairen Handel durch Zusammenarbeit mit zertifizierten Betrieben. Soweit es sich um Zitrusfrüchte handelt, bevorzugen wir die Marke „Sivisio“, die die Zusatzzertifizierung „ECO-VALIA sozial plus“ haben. Diese Zertifizierung beinhaltet die Sicherstellung, dass Mindestlöhne gezahlt werden, die Wohnungen für die Arbeiter den definierten Standards entsprechen und dass alle Mitarbeiter*innen ein Mitspracherecht haben.

In den anderen Obst-Anbaugebieten gibt es vergleichbare Zertifizierungen. Beispielhaft zu nennen ist im Anbau und der Ernte von Bananen das Projekt „MILAGROS“, das vergleichbare Zertifizierungskriterien hat wie „Sivisio“.

Samenfeste Saaten (vorrangig derzeit Möhren und Rote-Beete) werden mit Anbaubetrieben abgestimmt, angebaut und über unseren Großhandel vertrieben (Projekt „Öko-Saatgut“).

Speziell die sozialen Aspekte werden über die Fairtrade - Zertifizierungsstellen, den Zertifizierungen und regelmäßigen z.T. nicht angekündigten vor Ort Besuchen durch unseren Kooperationspartner Naturkost Schramm überprüft. Hierfür beschäftigt Schramm 2 feste Mitarbeiter in Spanien.

Ca. 10 % der eingekauften Produkte / Dienstleistungen haben die Fairtrade-Zertifizierung zudem sind diese Produkte und die fehlenden 90% gesamthaft Bio zertifiziert.

- **Maßnahmen im Berichtszeitraum**

- Um auch künftig den regionalen Anbau, die regionalen Produktionen und Vermarktungen noch nachhaltiger zu entwickeln und die Endverbraucher*innen aktiv mit einzubeziehen, wurde im Berichtszeitraum die FairBio Genossenschaft mit diversen weiteren Genoss*innen aus dem Anbau, der Herstellung, dem Handel und den Endverbraucher*innen gegründet.
- Für die Listung von neuen Lieferant*innen wurden umfangreiche Listungskriterien für unseren Betrieb entwickelt und für die Listung neuer Lieferanten bereits genutzt.

Zu den Listungskriterien zählen:

Grundsätze einer Zusammenarbeit

- Regional ist erste Wahl.
- Der Preis wird auf dem Acker gemacht.
- Alle beteiligten Menschen sollen von ihren Händen Arbeit existenz sichernd Leben und sich entwickeln können.
- Für Euch Nah!

Unsere Ziele in der Zusammenarbeit

- 100% Ökologischer Landbau weltweit.
- Von politischen und klimatischen Faktoren möglichst unabhängige, regionale Lebensmittelversorgung & Sicherheit.
- Gesundes Leben und Arbeiten im Einklang mit der Natur.
- Nicht wir folgen dem Markt sondern der Markt folgt uns!

Der reine Fragebogen für die Listung von Lieferanten umfasst insgesamt ca. 50-60 Kriterien u.a. aus den Bereichen Zertifizierungen, Auszeichnungen, Herstellungsverfahren, Vertrieb, Zertifizierung der Rohstoffe, Rückverfolgbarkeit,

Qualitätsmanagement, Handelsaspekte, Gemeinwohlbilanzierung, Co² Bilanzierung, soziales Engagement (innerbetrieblich, außerbetrieblich).

- **Maßnahmen für den neuen Berichtszeitraum 2022/2023**

Für den neuen Berichtszeitraum (2022/2023) verfolgen wir diverse Ziele, die im laufenden Berichtszeitraum 2020/2021 z.T. gestartet wurden und künftig nachhaltig umgesetzt werden müssen. Zu nennen sind hier folgende Maßnahmen:

Neue Leistungskriterien – diese wurden bisher nur bei Neulistungen von Lieferant*innen herangezogen. Bei den Bestandslieferant*innen ist zu prüfen, ob diese den neuen Kriterien, die auch die menschenwürdigen Beschaffungsprozesse beinhalten, entsprechen. Hierbei verfolgen wir die Ziele „Ausbau der regionalen Bio-Strukturen“ und „Sicherstellung der von uns u.a. aufgestellten sozialen Kriterien in den Lieferstrukturen“.

Die **FairBio Genossenschaft** wurde im aktuellen Berichtszeitraum gegründet und muss im kommenden Berichtszeitraum nachhaltig zur Stärkung der regionalen Anbau-/Produktionsbetriebe und aktiven Einbeziehung der Endverbraucher*innen ausgebaut werden.

Transparenz und Optimierung der „Co²-Belastungen pro Produkt“. Dieses Projekt wollen wir im neuen Berichtszeitraum mit dem Ziel der Transparenz der „Co²-Belastung pro Produkt“ auf den Etiketten der Produkte und nachgelagert auch die Optimierung der Co²-Belastungen starten.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Wie bereits beschrieben, sind wir ein reines Großhandelsunternehmen, kaufen zu 100 % Waren ein und vermarkten diese an unsere unterschiedlichen Kund*innen-Strukturen. Der Anbau oder die Herstellung von Produkten erfolgt ausschließlich durch unsere Lieferant*innen. Wir können daher nicht zu 100 % garantieren, dass Menschenwürden in den Zulieferstrukturen respektiert werden. Hier setzen wir bei der Auswahl der Lieferant*innen auf zertifizierte Unternehmen, wobei die Zertifizierungsart auch soziale Aspekte beinhalten muss, wie die vorgenannte Zertifizierungsmarke „Sivisio“ (Zitrusfrüchte aus Drittländern).

Im Berichtszeitraum haben wir die Lieferant*innen-Listungskriterien komplett überarbeitet und dabei auch einen Schwerpunkt auf soziale Kriterien zur deutlichen Reduzierung / Vermeidung von möglichen Verletzungen der Menschenwürden in den Zulieferstrukturen gelegt.

Erleichtern würde grundsätzlich die Überwachung der Arbeitsprozesse / -bedingungen, wenn es einen Standard für „Fairtrade – Zertifizierungen“ geben würde. Um das zu erreichen, versuchen wir uns in die dafür notwendige Vereinsarbeit der Verbände einzubringen.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Seit der Gründung des Unternehmens setzen wir auf einen fairen und solidarischen Umgang mit unseren Zulieferbetrieben, zu denen wir z.T. jahrelange und persönliche Kontakte pflegen.

Im Bereich des Gemüseanbaus sind die Hersteller*innen mehrheitlich aus der Region und persönlich bekannt und unsere Eigenmarke „von“ zeichnet sich dadurch aus, dass jedes Produkt jeweils von einem Erzeuger hergestellt und auf der Verpackung deklariert wird. Mit dem Erzeuger werden in diesen Fällen die Produktionsmengen und das Lagermanagement auf Augenhöhe partnerschaftlich geplant.

Preise werden, soweit es zu einem Produkt mehrere Lieferant*innen gibt, für alle partnerschaftlich und einheitlich vereinbart – unabhängig von der Menge, die abgenommen wird. Wenn Lieferant*innen wirtschaftliche Schwierigkeiten haben, sprechen wir miteinander und suchen nach passenden Lösungen. Oft können wir ihnen den Abnahmepreis für die Waren schneller zahlen oder wir gehen in Vorkasse.

Im Einkauf mit Früchten verlassen wir uns auf langjährige Partnerschaften – was den öko-sozialen Aspekt betrifft. Insbesondere im Import sind Lieferant*innen persönlich bekannt und die Importunternehmen wurden teilweise von Naturkost Elkershausen selbst gegründet. Die NKE-Geschäftsführung und der Einkauf machen persönliche und regelmäßige Reisen in die Anbauggebiete, um die ökologischen, sozialen und ethischen Standards zu prüfen.

Darüber hinaus wird ausschließlich mit zertifizierter Ware gehandelt. Bevorzugt werden Betriebe, die Mitglieder in Anbauverbänden sind. Somit kann das Unternehmen für alle Produkte eine transparente Nachverfolgung bis hin zum Anbau garantieren. Allerdings verlassen wir uns auch bei verarbeiteten Produkten wie beispielsweise bei Brotaufstrichen auf den guten Ruf und die langjährigen, guten Beziehungen zu den Lieferant*innen - die Nachverfolgbarkeit steht hierbei dann nicht immer im Vordergrund.

- **Prüfungen der Zulieferbetriebe auf Einhaltung der definierten Maßnahmen.**

Neben den Leistungskriterien, die bindend für unsere Lieferant*innen sind, unternehmen wir regelmäßige Prüfungen auf Einhaltung der Kriterien und den Vorgaben aus den Zertifizierungen. U.a. prüfen wir die fristgerechte Einholung aller aktuellen und verlängerten Zertifikate.

Bei der Feststellung von Missständen sprechen wir mit den Betrieben und versuchen eine gemeinsame Lösung zu erreichen. Ist das nicht möglich, suchen wir alternative Betriebe.

- **Fairtrade-Label**

Bei der Listung von Lieferant*innen und Produkten achten wir seit Jahren darauf, dass diese, wo auch immer das machbar ist, mit dem Fairtrade-Label ausgezeichnet sind. Dieses

Label beinhaltet soziale, ökologische und ökonomische Kriterien und steht auch für die wichtigen Punkte Solidarität und Gerechtigkeit untereinander und miteinander.

Insgesamt beziehen wir Waren von ca. 525 Lieferant*innen. Mit 80% dieser Lieferant*innen wurde ein fairer und solidarischer Umgang thematisiert bzw. die Lieferant*innen wurden nach diesen Kriterien ausgesucht und bei uns gelistet. **„Das ist seit Jahren bei uns ein Teil der inhabergeführten Bio-Bewegung“**, so Hermann Heldberg.

Im Berichtszeitraum konnten die Artikel mit dem Fairtrade-Label weiter ausgebaut werden. Derzeit liegt der Anteil bei den Artikeln mit diesem Label bei ca. 10 % von den gesamt gelisteten Produkten (ca. 10.000 Artikel). Desweiteren sind alle Artikel Bio-zertifiziert.

In der anstehenden Berichtsperiode 2022 / 2023 stehen folgende Maßnahmen auf unserer Agenda:

- In der aktuellen Berichtsperiode wurden die Lieferant*innen-Listungskriterien vom Grundsatz her neu definiert und finden bereits bei neuen Lieferant*innen ihre Anwendung. Ebenfalls müssen die Lieferketten bei den Bestandslieferant*innen auf diese Kriterien hin in der neuen Berichtsperiode 2022 / 2023 überprüft und ggfls. Gespräche mit den Lieferant*innen geführt werden.
- Nachhaltiger Ausbau der Fairtrade zertifizierten Artikel.
- Das Lieferkettengesetz gibt es speziell nicht für den Bio-Bereich. Das Thema muss auf Verbandsebene auch durch uns thematisiert werden. Ideal wäre es, wenn das Lieferkettengesetz in die vorhandenen Bio-Zertifizierungen einfließen würde. Hierfür werden wir uns einsetzen, soweit es für uns möglich ist.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Wie schon seit Jahren, achten wir im Bezug auf ein faires Miteinander sehr darauf,

- dass wir gegenüber Lieferant*innen und auch Marken keine Abhängigkeiten haben
- und auch, dass von Lieferant*innen zu uns möglichst keine Abhängigkeiten bestehen.

Wir können als Großhändler natürlich nicht garantieren, dass die Solidarität und die Gerechtigkeit in der Zulieferkette eingehalten wird. Da wir aber nur zertifizierte Lieferant*innen listen, wird über diese Zertifizierung sichergestellt und durch die zertifizierenden Stellen überprüft, dass Verletzungen der Solidarität und Gerechtigkeit vermieden werden.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Die Lieferant*innen planen Transportwege sehr effizient, um die Umweltbelastung gering zu halten. Z.B. wird das Obst aus dem Alten Land mit der Spedition „Elbe Obst Transport“ transportiert. Das ist die größte Transport-Genossenschaft auch für konventionell produziertes Obst. Es fährt nur für die Kund*innen, wenn der LKW voll ausgelastet ist. Das machen sie, in dem sie mehrere Abnehmer*innen mit einem Transport bündeln und beliefern.

Wenn wir mit unserem eigenen Fuhrpark, der zum Großteil bereits durch gasbetriebene Fahrzeuge ausgetauscht wurde, die Kund*innen beliefern, achten wir darauf, dass die Hin- und Rückfahrten ausgelastet sind. Wenn wir z.B. einen Hofladen mit verschiedenen Produkten beliefern, nehmen wir auf dem Rückweg Waren wie z.B. Kartoffeln oder Leergut mit und vermeiden somit Leerfahrten.

Produkte aus entfernten Gebieten wie Kakao oder tropische Früchte und Obst, das regional bei uns nur saisonal oder gar nicht verfügbar ist, wird z.B. aus Spanien/Italien fast ausschließlich per Schiff, LKW und Bahn importiert. Der Import von Waren aus Drittländern erfolgt in der Regel per Schiff. In absoluten Ausnahmefällen nutzen wir Transporte auch per Flugzeug.

Die in Deutschland nicht verfügbaren Produkte werden nicht unbedingt zur Deckung der Grundbedürfnisse benötigt, erhöhen allerdings ungemein die Lebensqualität. Um eine hohe ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette zu bekommen, könnte ein Ansatz darin liegen, auf importierter Ware zu verzichten. Das würde aber gegen die Interessen unserer Kund*innen und den nachgelagerten Endverbraucher*innen sprechen. Zudem würde dies bei uns und unseren Kund*innen zu enormen Umsatzeinbußen führen, da die Endverbraucher*innen eine gewisse Sortimentsbandbreite in den inhabergeführten Naturkostläden erwarten.

Lieferanten und damit auch die Produkte der Lieferanten wählen wir gemäß unseren Listungskriterien aus. U.a. müssen es unabhängige und zertifizierte Lieferant*innen sein, die zu 100% Bio-Obst / Gemüse, etc. anbauen bzw. aus diesen Produkte herstellen. Über die Zertifizierungen und den Zertifizierungsverbänden wird sichergestellt, dass möglichst keine ökologischen Risiken in den Zulieferketten vorhanden sind.

Die Einsparungen von Verpackungen durch den Ausbau unserer Eigenmarke „von“ über Mehrweg in Form von Glas statt Plastik und Gewinnung der entsprechenden Lieferanten, die auf Mehrweg umsteigen, ist uns gut gelungen.

- **Naturkost Elkershausen unsere Differenzierung zum Wettbewerb.**

Relevante Marktbegleiter*innen für uns sind im Naturkost-Großhandel die Firmen Weiling und Dennree.

Unterschiede im ökologischen Einkauf zur uns gibt es bei den Naturkost-Großhändlern eher nicht.

Demgegenüber stehen die umsatzstärkeren Marktbegleiter Wailing und Dennree. Bedingt durch die größeren Umsätze werden mehr Einkaufsmengen benötigt, die regional oft in den Massen nicht zur Verfügung stehen. D.h., für die größeren Warenmengen werden weitere Anlieferstrecken in Kauf genommen.

Im Berichtszeitraum haben wir damit angefangen, unsere Produkte auf Co²-Werte zu analysieren und Maßnahmen eingeleitet, die Co²-Werte zu reduzieren. Dieses werden wir auch in den kommenden Berichtszeiträumen weiterführen.

Auf der Lieferant*innen-Seite haben wir damit begonnen, unsere Bestandskunden mit den neuen Leistungskriterien für Lieferant*innen zu vergleichen und ggfls. Gespräche mit den Lieferant*innen zu führen, bei denen diese Kriterien nicht eingehalten werden.

- **Künftiger Handlungsbedarf.**

Bei unseren 10.000 Artikeln wollen wir mittelfristig weiter daran arbeiten, dass diese Produkte noch mehr nach ökologischen Kriterien evaluiert und ausgewählt werden.

A3 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.

Wir fungieren am Markt als reiner Händler und können nicht beurteilen, ob besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen in der Lieferkette für unsere Produkte, die wir beziehen, vorhanden sind. Als Händler haben wir keine Einblicke in die gesamten Verarbeitungsschritte unserer Lieferant*innen, keine Kontrollen über die Transportmittel (LKW, Schiff, Flugzeug) und auch keinen 100%-igen Einblick, welche Verpackungen beim Transport verwendet und wo die Verpackungen hergestellt werden.

Dies ist ein weiterer Aspekt, warum wir auf zertifizierte Lieferanten Wert legen.

A4 Transparenz u. Mitentscheidung in der Zulieferkette

- **Regionalen Lieferant*innen.**

Die regionalen Gemüse- und Obst-Lieferant*innen und wir informieren uns laufend über die Anbauentwicklung und die Absatzentwicklungen am Markt – hier besteht ein kontinuierlicher Austausch zwischen den Partnern. Selbst bei der Preisfindung und den darin enthaltenen Kostenstrukturen oder anderen Konditionen haben die Lieferant*innen ein Mitspracherecht bei der NKE.

- **Überregionalen Lieferant*innen.**

Regionales Obst-/Gemüse macht vom gesamten Obst-/Gemüsebezug bereits 1/3 unseres Umsatzes aus. Bei überregionalen Produkten sind die stärksten Zuliefer*innen die Firmen Biotropic und Schramm. Mit diesen Firmen stehen wir mehrmals wöchentlich im Kontakt und tauschen uns u.a. über die Preisentwicklungen, den Kostenanteilen und den Absatzmöglichkeiten aus. Da wir Gründungsgesellschafter beider Unternehmen waren bzw.

wir es bei Schramm heute noch sind, haben wir bei Schramm Einblick in die Bilanzen und innerhalb der Geschäftsjahre Transparenz durch Offenlegung der Betriebswirtschaftlichen-Auswertungen. Somit haben wir detaillierte Einblicke in alle Kostenstrukturen wie z.B. Energie-, Transport- und Verpackungskosten. Durch diese Kostentransparenz ist es möglich, gemeinsam mit unserem Partner Co² - Optimierungen einzuleiten.

Auf den regelmäßigen Veranstaltungen / Hausmessen der Naturkost Elkershausen treffen sich die Partner*innen am Firmensitz der NKE. Zu den meisten Lieferant*innen besteht eine langjährige, kooperative und wertschätzende Beziehung.

- **Erkennung von Missständen in der Zulieferkette und wie wir darauf reagieren.**

Diverse öffentliche Stellen melden an uns und andere Marktbegleiter sehr regelmäßig Missstände (z.B. schädliche Rückstände in Produkten) bei Produkten und Lieferanten. Das führt bei uns zu Rückrufaktionen der betroffenen Produkt-Chargen und zu sofortigen Gesprächen mit den relevanten Lieferanten.

Zusätzlich führen wir mit weiteren 10 Naturkost-Großhändlern alle 14 Tage ein Qualitäts-Monitoring im Bereich Obst-/Gemüse durch. Sollten hierbei Missstände in der Zulieferkette aufgedeckt werden, reden wir mit den entsprechenden Lieferant*innen und versuchen eine für beide Parteien passende Lösung zu finden. In der Regel gelang das bisher recht gut. Kommt es zu keiner passablen Lösung, suchen wir uns alternative Lieferant*innen und listen den bisherigen aus.

- **Sicherstellung der Transparenz und Mitentscheidung.**

Bei 100% der von uns eingekauften Waren handelt es sich um Bio-Produkte und ca. 10 % der Produkte ist mit dem Fairtrade-Label ausgezeichnet.

Ein Label mit einer Zertifizierung zur **Mitentscheidung** gibt es im Bio-Bereich nicht. D.h., dieser Punkt wird über die Label / Zertifizierungen nicht transparent und kann somit nicht formell geprüft werden. Die Bio-Szene prägt mehr das gesunde Miteinander und das vorrangig im regionalen Bereich. Hier wird mit den Lieferant*innen seit Jahren ein transparenter und partizipativer Umgang gepflegt, dass trifft auch bei der Gewinnung von neuen Lieferant*innen zu.

Um dieses künftig noch mehr zu festigen und regional auszubauen, wurde im Berichtszeitraum die Fair-Bio Genossenschaft mit Partnern aus der gesamten Bio-Wertschöpfungskette gegründet. Diese Genossenschaft hat künftig den Ausbau des biologischen Anbau's, die Stärkung der Regionalität und die aktive Einbindung der Endverbraucher*innen innerhalb der Bio-Szene zum Ziel. Die Gesellschaftsform einer Genossenschaft wurde gewählt, weil diese die größt mögliche Transparenz sicherstellt. Neben der Gründung dieser Gesellschaft im Berichtszeitraum muss im Berichtszeitraum 2022-2027 die Nachhaltigkeit in der Umsetzung das Ziel sein, was wir gemeinsam mit den weiteren Genossen vereinbart haben.

Als langfristiges Ziel sehen wir gegenüber unseren Kund*innen und auch den Endverbraucher*innen und der gesamten Lieferkette eine Offenlegung unserer Produkt-Kalkulationen als einen Schritt hin zum „gläsernen Unternehmen“.

B: Berührungsgruppe Eigentümer*innen & Finanz Partner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

- **Verbindlichkeiten und Finanzlage.**

Durch die mehr als guten Umsatz- / Ertragslagen haben wir im Berichtszeitraum eines der Hauptziele im Finanzbereich verfolgt und auch realisieren können. U.a. konnten die kurzfristigen Verbindlichkeiten komplett, die langfristigen Verbindlichkeiten erheblich reduziert werden und die Eigenkapitalquote wurde dadurch deutlich verbessert. Zudem konnten wir uns u.a. bei unseren Mitarbeiter*innen für die deutlich höhere Arbeitsleistung, bedingt durch die erhöhten Auftragsmengen (+22%) und den erschwerten Arbeitsbedingungen innerhalb der Pandemie mit Sonderzahlungen und Lohn- / Gehaltsanpassungen bedankt und den Einsatz würdigen.

Neue, langfristige Verbindlichkeiten wurden zum Austausch der Diesel-LKW durch gasbetriebene LKW`S eingegangen. Erhaltene Förderungen und die zeitlich begrenzte Maut-Sonderregelung (Mautbefreiung) für diesen Austausch reduzierten das Investment deutlich. Längerfristige „Alt-Darlehen“, die vor dem Berichtszeitraum entstanden sind, beziehen sich auf geringe Restfinanzierungen für das Geschäftshaus der NKE. Diese belasten allerdings nicht die NKE GmbH sondern eine Verwaltungsgesellschaft, an die die NKE GmbH keine Geschäftsanteile hält.

- **Finanzdienstleister.**

Wenn notwendig, wurden kurzfristige Finanzmittel größtenteils durch die örtliche Sparkasse Göttingen in Form von Kontokorrentkrediten bereitgestellt. Obwohl die Sparkasse Göttingen ein regionales Unternehmen ist, das auch gemeinnützige Zwecke unterstützt, wird in der NKE-Geschäftsführung teilweise das allgemeine Anlagenvermögen der Sparkasse zum Teil kritisch betrachtet, da diese nicht unbedingt unsere ökosozialen Standards entsprechen. Nichtsdestotrotz ist die Sparkasse Göttingen regional verbunden und hat unser Unternehmen jahrelang partnerschaftlich unterstützt. Der persönliche Kontakt zur Sparkasse Göttingen ist uns sehr wichtig.

Eine Mitgliedschaft besteht seitens der NKE zur GLS-Bank. Allerdings hat sich diese ethische Bank nicht als alltagstauglich für uns erwiesen, weil die Kommunikation zu kompliziert war und es keine persönlichen Ansprechpartner*innen vor Ort in Göttingen bisher gab.

- **Eigenkapitalquote / Eigenkapitalrücklagen.**

Die Eigenkapitalquote lag im Berichtszeitraum 2020/2021 bei 25,8 % und 27,3 % von der Bilanzsumme und konnte zu den vorherigen Jahren deutlich verbessert werden.

Im Branchenvergleich liegen wir nach unserer Einschätzung (öffentliche Zahlen konnten wir bisher nicht lokalisieren) damit im mittleren/oberen Bereich. Dieser positive Trend wird sich auch im Geschäftsjahr 2022 fortsetzen. Somit verfügt das Unternehmen über ein ausgesprochen gutes Eigenkapitalpolster, dass möglicherweise auch künftig benötigt wird, weil die Zukunftsprognosen der Branche aus heutiger Sicht, bedingt durch die massiven Preissteigerungen in vielen Bereichen für die Endverbraucher*innen, eher gegen den Bio-Fachhandel und mehr für den konventionellen, konzerngeführten Bio-Handel spricht.

Unabhängig hiervon sind mögliche Mehrausgaben für geplante und unvorhergesehene Investitionen durch eine ausreichende Liquidität bzw. zusätzlich durch einen ausreichenden Kreditrahmen (800 T-Euro) gesichert und macht das Unternehmen unabhängig von „feindlichen Übernahmen“ oder finanzieller, externer Beeinflussung.

In der neuen Berichtsperiode 2022/2023 werden wir die eingeleiteten Strategien der Eigenkapitalerhöhungen unter Rückführung oder Vermeidung von Fremdverbindlichkeiten weiterverfolgen.

Investitionen sollen, soweit möglich, vorrangig aus der eigenen Liquidität getätigt werden.

Die Finanzierungsmöglichkeiten über Ethikbanken werden wir weiter verfolgen und wenn sich z.B. die Strukturen der GLS-Bank so ändern, dass eine Beratung durch einen definierten Ansprechpartner vor Ort sichergestellt wird, werden wir die dann neue Möglichkeit testen und prüfen.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Die Finanzüberschüsse aus dem Berichtszeitraum (2020 ca. 700 T-Euro, 2021 ca. 600 T-Euro) werden hauptsächlich

- zur Reduzierung von Verbindlichkeiten,
- zur Erhöhungen der Rücklagen verwendet und
- in öko-soziale Projekte reinvestiert.

Wie auch in den vergangenen Jahren gehörte die Gewinnausschüttung an die Gesellschafter nicht zur Strategie der Gesellschafter. Sollte dieses dennoch in Ausnahmefällen der Fall sein, dient das dann dazu, die Gelder in die anderen Gesellschaftsstrukturen der NKE zuzuführen (Refinanzierung von Maßnahmen). So soll auch künftig verfahren werden.

- **Beispiel Öko-soziale Projekte in die Finanzüberschüsse einfließen.**

Im Berichtszeitraum 2020 / 2021 wurden beispielsweise dieselbetriebene LKW durch erdgasbetriebene Fahrzeuge ausgetauscht. Dadurch konnten die CO² - Belastungen der Umwelt deutlich reduziert werden.

- **Eckwerte der Mittelverwendung 2020-2024**

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit 2020	700 T-EUR
Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit 2021	600 T-EUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben in den nächsten 3 Jahren	500 T-EUR
Getätigte strategische Ausgaben 2021	250 T-EUR
Anlagenzugänge 2021 (Kühlhauserweiterung, Lagerbedarf)	200 T-EUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	250 T-EUR
(die Gewinne 2020 und 2021 wurden auch zur Reduzierung der Verbindlichkeiten herangezogen)	
Rückführung in Anspruch genommener KK-Kredite	ca. 450 T-EUR

Im Berichtszeitraum wurden die vorhandenen Kühlflächen deutlich erweitert und dieselbetriebene LKW durch gasbetriebene LKW ersetzt. Um im folgenden Berichtszeitraum den Co² - Abdruck der NKE deutlich verbessern zu können, wurde im abgelaufenen Berichtszeitraum eine Co² IST-Erhebungs-Bilanz inkl. dem Aufzeigen von Optimierungsmaßnahmen, die in den kommenden Jahren durchgeführt werden sollen, erarbeitet.

- **Neben diesen Maßnahmen stehen für 2022 / 2027 folgende Investitionen an:**

- Senkung der Co² - Werte (Maßnahmen wurden bei der IST-Erhebung definiert).
- Erweiterung der Solaranlage.
- Weiterer Austausch der letzten Diesel-LKW durch E-LKW in den kommenden 6 Jahren.
- Erweiterung der Lagerflächen für bessere und effizientere Prozesse im Lager und bei der Kommissionierung.

B2 Negativaspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Grundsätzlich können wir bestätigen, dass die Verteilung der Geldmittel intern und natürlich auch extern fair und in der Regel innerhalb der vereinbarten Zahlungsfristen erfolgt.

Zudem erfolgte bei vielen saisonalen Anbaubetrieben die Zahlungen künftiger Forderungen in Form von Vorkassen um die Anbaubetriebe wirtschaftlich zu stützen und sicherzustellen, dass die dort tätigen Mitarbeite*rinnen fristgerecht entlohnt werden konnten.

Im Berichtszeitraum wurden neben den Gehältern keine zusätzlichen Geldmittel aus dem Unternehmen an den geschäftsführenden Gesellschafter ausgeschüttet, die Gewinne verblieben im Unternehmen.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Wir haben das langfristige Ziel, dass wir unser Unternehmen zu einem Co² freien Betrieb hin entwickeln möchten. Da wir vor dem Berichtszeitraum 2020 / 2021 keine Informationen darüber hatten, wie der Co² - Fußabdruck für unser Unternehmen aussieht, wurde die Ermittlung im Geschäftsjahr 2021 gestartet und soll in 2022 abgeschlossen werden. Sobald das Ergebnis vorliegt, werden die Maßnahmen zur Co² - Reduzierung definiert, geplant und umgesetzt.

Naturkost Elkershausen hat u.a. wegen den Kühlhäusern einen hohen Verbrauch an Strom. Dieser Strom wird zu 100 % aus regenerativen Energien gewonnen. Als Energiespender zählt u.a. auch die eigene Photovoltaik-Anlage, die im kommenden Berichtszeitraum 2022 / 2023 erweitert werden soll.

Wir sind darauf angewiesen, dass die Waren für das Frische-Sortiment sowohl aus regionalen Betrieben als auch aus dem Ausland bezogen werden können und die Anbaubetriebe, soweit sie es nicht alleine können, bei Investitionen finanziell unterstützt werden. Das sichert die Existenz sowohl der Inhaber der Betriebe als auch die Arbeitsplätze der Mitarbeiter*innen. So haben wir im Berichtszeitraum ein energieeffizientes Gewächshaus in Sardinien gebaut und dieses an einen dort ansässigen Anbaubetrieb verpachtet. NKE ist vom Grundsatz her kein Bauträger für Gewächshäuser – da der Anbaubetrieb aber finanziell nicht in der Lage war, das Gewächshaus selber zu bauen – wir aber die Früchte benötigen, haben wir in diesem Fall ein Pachtmodell für den Anbaubetrieb gewählt.

Unsere Waren werden überwiegend mit eigenen LKW zu unseren ca. 600 Kund*innen transportiert. Pro Woche sind das ca. 400 Kund*innen, die mit unseren Fahrzeugen angefahren werden. Bis vor ca. 2 Jahren handelte es sich bei den Fahrzeugen um dieselbetriebene Fahrzeuge. Im Berichtszeitraum 2020/2021 konnten die letzten drei LKW, die noch keinen Gasbetrieb hatten, ausgetauscht werden.

Bei diesen als auch bei den vor diesem Berichtszeitraum ausgetauschten Fahrzeugen konnten wir Förderprogramme nutzen und zusätzlich gewährte der Bund eine Mautbefreiung bis Ende 2023.

Für alle anderen Maßnahmen gab es möglicherweise Förderprogramme, die uns allerdings nicht bekannt waren. Um dieses bei künftigen Investitionen sicherzustellen, haben wir das Thema „Förderprogramme“ intern im Organigramm personalisiert.

Neben den genannten Maßnahmen beteiligen wir uns natürlich an diversen sozial-ökologischen Projekten:

• Bündnis Enkeltaugliche-Landwirtschaft	p.a.	14 T-Euro
• Bioverita Dachverband ökologische Saatgutzüchtung	p.a.	5 T-Euro
• Fair-Bio Genossenschaft	p.a.	30 T-Euro
• Ökologische Tierzucht	p.a.	15 T-Euro
• Unterstützung der Anbauverbände Bioland & Demeter	p.a.	10 T-Euro
gesamter finanzieller Zuschuss	p.a.	74 T-Euro

Aus den vorgenannten Investitionen ergeben sich gesamthaft und für den aktuellen Berichtszeitraum folgende Indikatoren:

• Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf (Co ² Red.)	75 T-EUR
• Realisierung der ökologischen Investitionen 2021 (Gas LKW)	500 T-EUR
• Finanzierte Projekte 2021 (Fair Bio Genossenschaft, Die Regionalen)	75 T-EUR
• Gewächshaus Sardinien	290 T-Euro
• Sozial-ökologische Projekte	74 T-Euro
Gesamt	1.014 T-Euro

Diese Indikatoren wurden bereits im Berichtszeitraum umgesetzt.

- **Strategische, sozial-ökologische Ziele, die wir in den kommenden Jahren verfolgen:**

Strategien, die wir selber umsetzen werden:

- Wir planen, den Geschäftssitz der Naturkost Elkershausen in Göttingen, Levinstraße 9 mittelfristig Co² positiv zu gestalten. Zur Feststellung des Co² IST-Standes (Co² Fußabdruck) haben wir bereits im aktuellen Berichtszeitraum ein Beratungsprojekt unter externer, fachlicher Leitung aufgesetzt.
- In diesem Zuge beabsichtigen wir ebenfalls, die Produkte unserer Eigenmarke „von“ Klima positiv zu produzieren.

Strategien, die wir gemeinsam mit unseren Zulieferbetrieben umsetzen möchten:

- Weiterhin und noch nachhaltiger als bisher, werden wir mit unseren Lieferant*innen daran arbeiten, Co² ärmere Verpackungen zu produzieren und dort, wo es möglich ist, Einmal- durch Mehrwegverpackungen zu ersetzen.
- Unsere Erfahrungen aus den Co² - Projekten möchten wir dazu nutzen, diese auch unseren Zulieferbetrieben (Anbaubetriebe, Produzenten) zu vermitteln und diese zu bewegen, eigene Maßnahmen, hin zur „Co² - Neutralität“, aufzusetzen.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Wir können bestätigen, dass unser Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut. Dort, wo wir erkannt haben, dass für uns ein Handlungsbedarf in Teilbereichen besteht (Beispiele: Diesel-LKW, Verpackungen), verfolgen wir konkrete, mittelfristige Ausstiegsstrategien, auf die wir in diesem Bericht bereits konkret eingegangen sind.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Die Naturkost Elkershausen GmbH wurde als Personengesellschaft von Hermann Heldberg gegründet und nach einigen Jahren in eine GmbH umgewandelt, an die Hermann Heldberg 100% der Anteile hält. Herr Heldberg ist zudem Geschäftsführer der GmbH, mit allen Rechten, Pflichten und Haftungsrisiken, die diese Gesellschaftsform beinhaltet.

Im Zuge der Unternehmensnachfolge ist **Jonathan Mesecke** (Sohn von Herman Heldberg) seit längerer Zeit im Betrieb tätig und wurde zum 1.1.2021 zum weiteren Geschäftsführer bestellt. Zu diesem Zeitpunkt wurde ebenfalls ein Lenkungskreis aus Führungskräften der NKE und zur Unterstützung von Herrn Mesecke sowie zur **Führung des operativen Geschäftes** ins Leben gerufen.

Hermann Heldberg ist seit diesem Zeitpunkt für die **strategischen Ausrichtungen** (Produkte, Absatz-/Beschaffungsmärkte) und für **langfristige Investitionen**, die nicht das operative Tagesgeschäft betreffen, verantwortlich und befindet sich immer im engen Austausch mit Herrn Mesecke.

Im Zuge der Unternehmensnachfolge ist vereinbart, dass Jonathan Mesecke nach dem altersbedingten Austritt von Hermann Heldberg die Firmenanteile und die Firmenleitung übernimmt.

Das Eigenkapital trägt derzeit zu 100 % Hermann Heldberg als alleiniger Gesellschafter.

- **Unsere Vision zur künftigen Gesellschaftsform der NKE:**

Jonathan Mesecke und Hermann Heldberg beabsichtigen längerfristig, die Gesellschaftsart einer klassischen GmbH in eine Unternehmensform mit Mitarbeiter-Beteiligung (evtl. Gemeinwohl Gesellschaft) zu überführen. **Das Modell des Verantwortungs-Eigentums wird für die Zukunft anvisiert.**

Öko-soziale Kapitalgeberstrukturen werden in naher Zukunft definitiv nicht genutzt werden. Ursprünglich wurde NKE von 8 Gesellschaftern als Gemeinschaftsprojekt gegründet. Als dann die ersten größeren Investitionen anstanden und für die Kapital benötigt wurde, haben sich sukzessiv die damaligen Mitgesellschafter bis auf Hermann Heldberg zurückgezogen.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keine feindlichen Übernahmen der NKE durch andere Unternehmen, Investoren etc. gab.

- **Im Berichtszeitraum wurde folgendes verbessert:**

Die Eigenkapitalquote und die Liquidität konnten im Berichtszeitraum deutlich erhöht werden, demgegenüber stand eine mehr als deutliche Reduzierung der Verbindlichkeiten. Dadurch konnten die Abhängigkeiten speziell zu Finanzdienstleistern deutlich reduziert werden.

Die im Berichtszeitraum geregelte Unternehmensfolge stellt sicher, dass unser Unternehmen auch künftig im Familienbesitz bleibt.

C: Berührungsgruppe Mitarbeitende

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

- **Unternehmenskultur**

Die Unternehmenskultur beschreiben die Geschäftsführer als kollegial und im Vertrauen auf Eigenverantwortung. Alle Mitarbeitenden teilen eine Kultur des gemeinschaftlichen Handelns und der gegenseitigen Unterstützung und sind uneingeschränkt offen für alle Formen der Diversität unter unseren Mitarbeiter*innen.

- **Maßnahmen zur betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz.**

Wir fördern die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen durch vorbeugende Maßnahmen im Gesundheitswesen, durch gesunde Ernährung, durch sportliche Aktivitäten und regelmäßigen Aufklärungen / Trainings am Arbeitsplatz zur Vermeidung von Betriebsunfällen.

Maßnahmen im Gesundheitswesen.

NKE war das erste Unternehmen in Göttingen, das Corona-Impfungen seinen Mitarbeiter*innen angeboten und auf Wunsch Impfungen durch autorisierte Personen durchgeführt hat.

Bedingt durch die anhaltende Corona-Pandemie konnten im Berichtszeitraum keine weiteren Maßnahmen durchgeführt werden.

Gesunde Ernährung ist uns wichtig für unsere Mitarbeiter*innen.

In unserer firmeneigenen Kantine werden den Mitarbeiter*innen mittags 100% Bio-Gerichte zu geringen Kosten angeboten. Das angebotene Bio-Frühstück erhalten die Mitarbeiter*innen kostenlos

Die Mitarbeiter*innen können zu Großhandelskonditionen Waren aus unserem Sortiment für ihren Privatbereich beziehen.

Im Arbeitsbereich der Mitarbeiter*innen werden kostenlose Getränke (Wasser, Tee und Kaffee) und Bio-Äpfel angeboten.

Sportliche Aktivitäten

Durch uns haben die Mitarbeiter*innen die Möglichkeit die Leistungen eines Fitnessstudios in Göttingen zu ermäßigten Konditionen in Anspruch zu nehmen.

Ebenfalls gibt es die Möglichkeiten einer Teilnahme an regelmäßigen Lauftreffs (Laufgruppe) und an der Teilnahme an einer Radsportgruppe. Beide Aktivitäten werden durch die Mitarbeiter organisiert und unseren Mitarbeiter*innen angeboten.

Regelmäßige Aufklärungen/Trainings zur Vermeidung von Betriebsunfällen.

Im Berichtszeitraum wurden zur Vermeidung von Betriebsunfällen konkrete Trainings im Lager durchgeführt die im Zusammenhang mit „Heben und Tragen“ und dem „Umgang mit Maschinen“ stehen.

• Diversität in unserem Unternehmen.

Wir sind offen für alle Formen der Diversität und beherzigen und unterstützen die Vielfalt und die Verschiedenheiten unter unseren Mitarbeiter*innen. Diskriminierungen werden ausdrücklich nicht geduldet und, soweit sie dennoch in Einzelfällen auftreten, direkt durch die Geschäftsleitung geahndet.

• Durchschnittlichen Betriebszugehörigkeitszeiten:

2020 betrug die durchschnittliche Betriebszugehörigkeitszeit 12,99 Jahre
mit einer Bandbreite von 0-35 Jahren

2021 lag die durchschnittliche Betriebszugehörigkeitszeit bei 13,35 Jahre
mit einer Bandbreite 0-36 Jahren

• Angebot / in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten:

In den Jahren vor der Corona-Pandemie nahmen ca. 2-10 Personen pro Jahr Angebote der Erwachsenenbildung in Anspruch. Im Berichtsjahr 2020 / 2021 wurden z.T. keine Angebote angeboten oder teilweise nur als Online-Training durchgeführt werden. Unsere Auszubildenden haben in beiden Jahren an den Seminaren „Telefontaining“ und „Business

Knigge teilgenommen. Ergänzt wurden diese Trainings durch Office-Schulungen und Staplerausbildungen für unsere Lagermitarbeiter*innen.

- **Gesundheits- / Krankenquoten:**

Die Krankenquote 2020 lag bei 4,89 % bezogen auf die gesamten Soll-Arbeitszeiten. Dagegen konnte die Krankenquote in 2021 leicht auf 4,67 % reduziert werden bezogen auf die gesamten Soll-Arbeitszeiten.

Die Reduzierung der Quote 2021 zu 2020 sehen wir im direkten Zusammenhang mit folgenden Maßnahmen die wir durchgeführt haben:

- Die Büroarbeitsplätze wurden fast komplett von starren auf höhenverstellbaren Schreibtischen umgerüstet.
- Trainings im Lager zu den Themen „Heben und Tragen“ und „Führen von Maschinen“.

Grundsätzlich möchten wir feststellen, dass Mitarbeiter*innen, die sich im Krankenstand befinden, grundsätzlich nicht in den Betrieb kommen.

In Ausnahmefällen arbeiten Angestellte, die sich in Krankenstand befinden, zeitweise im Home Office. Das kam besonders, aber auch nicht über die Maßen hinweg, in Corona bedingten Quarantänezeiten zum Tragen.

- **Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle**

Wir sind mit allen Maßnahmen / Vorkehrungen / Informationen bemüht, die Betriebsunfälle zu vermeiden. Dennoch haben wir in den beiden Geschäftsjahren einige Betriebsunfälle zu verzeichnen:

Geschäftsjahr 2020 – Betriebsunfälle bei 3 Personen mit gesamt 145 Krankheitstagen

Geschäftsjahr 2021 - Betriebsunfälle bei 4 Personen mit gesamt 35 Krankheitstagen

- **Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens**

Durchschnittsalter aller Mitarbeiter*innen 2020 = 45,42 Jahre

Durchschnittsalter aller Mitarbeiter*innen 2021 = 44,23 Jahre

Anteile der Geschlechter 2020 = 139 Männer + 41 Frauen (Gewerbl. 129 Pers. Angest. 51)

Anteile der Geschlechter 2021 = 150 Männer + 42 Frauen (Gewerbl. 141 Pers. Angest. 51)

Behinderte Mitarbeiter*innen arbeiten wegen der Gefährdung (Lager, Wareneingang, Kommissionierung) nicht im Betrieb.

Eine weitere Differenzierung nach Formen der Diversität erheben wir derzeit nicht.

- **Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten**

2020 nahmen 2 Personen (je 1 x M/W) Karenzzeiten mit insgesamt 235 Tagen

2021 nahmen 4 Personen (je 2 x M/W) Karenzzeiten mit insgesamt 308 Tagen

Im Berichtszeitraum wurde folgendes umgesetzt:

- Corona-Impf-Angebote
- Weiterbetrieb der Mitarbeiter-Kantine
- Trainings zur Vermeidung von Betriebsunfällen
- Trainings für unsere Auszubildenden und Lagermitarbeiter*innen
- Umrüstung der Schreibtische im Verwaltungsbereich

Die Krankenquoten sollen sich weiter u.a. durch Führung von regelmäßigen MA-Gesprächen, Krankenrückkehrgesprächen, Jahresgesprächen und natürlich Weiterführung der bisherigen Maßnahmen im Bereich Arbeitsplatzsicherheit (u.a. Trainings, Aufklärung) reduzieren.

Mittelfristig planen wir, die Mitarbeiter mehr und mehr auf der Entscheiderseite mit einzubinden und möglicherweise auch am Unternehmenserfolg teilhaben zu lassen. Mit welchem Modell wir das umsetzen werden, müssen wir noch erarbeiten und entscheiden.

Zusätzlich planen wir im vorbeugenden Bereich attraktive Bike- und E-Bike-Leasing-Angebote unter Nutzung der gesetzlichen Fördermöglichkeiten für unsere Mitarbeiter*innen.

C1 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Wir können vollumfänglich bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

- **„Lebenswürdiger Verdienst“**

Wir zahlen seit Jahren unseren Mitarbeite*rinnen einen Lohn nach Ver.di Tarif für Großhändler*innen. **Wir sind nach unserer Meinung der einzige regionale Bio-Großhändler in Südniedersachsen, der Tariflohn zahlt.** Und Naturkost Elkershausen zahlt übertariflich. So bevorteilen wir außerdem die niedrigen Lohngruppen, da wir einen definierten Euro-Wert als zusätzliche Erhöhung und nicht einen %-Wert ansetzen. Diese Vorgehensweise kommt auch bei tariflichen Erhöhungen zum Tragen. Die Lohngruppen sind öffentlich einsehbar.

Wir haben im Betrieb eine Lohnspreizung von max. 2,7. (Bei Gründung der Firma in der 80er Jahren galt der Faktor 1 für die Entlohnung. Damals hat jeder das Gleiche verdient.)

Im Berichtszeitraum wurden die möglichen Höchstbeträge (1.500,00 Euro pro Mitarbeiter*innen) an Corona-Provisionen an die Mitarbeitenden ausgezahlt.

- **Selbstorganisiert den Verdienst zu bestimmen.**

Unser Ver.di Vertrag beinhaltet keine z.B. Leistungsprovisionen oder Akkordlöhne. Dadurch können die Mitarbeiter*innen den reinen Stundenlohn für normale Arbeitszeiten nicht beeinflussen.

Entsprechend den tariflichen Vereinbarungen zahlen wir Zuschläge für Schichtarbeiten, Arbeiten an Wochenenden und Feiertagen.

Wir besetzen freie Stellen im Unternehmen vorrangig aus eigenen Reihen. Mitarbeiter*innen, die sich höher qualifiziert haben, haben gute Aufstiegsmöglichkeiten in unserem Betrieb und können dadurch gute Lohnsteigerungen realisieren.

- **Arbeitszeiten, Überstunden Verteilung von Arbeitslasten.**

Unser Ver.di Tarifvertrag wurde im Bereich der Wochenarbeitsstunden auf Wunsch von uns von 38,5 Stunden auf 36,0 Wochenarbeitsstunden angepasst.

Die Arbeitszeiterfassung erfolgt elektronisch durch die Mitarbeiter*innen.

Arbeitsspitzen, soweit es sich um saisonale Schwankungen handelt, sind aufgrund der Vergangenheitsdaten bekannt und werden frühzeitig (6 Wochen vor dem Eintritt) geplant (z.B. zusätzliche Aushilfskräfte) und mit dem Betriebsrat abgestimmt. Hierbei wird darauf geachtet, dass Überstunden vermieden werden.

Bei einem hohen Krankenstand, der sich kurzfristig (z.B. 2020 / 2021 durch Corona) ergibt, kann es dennoch zu Überstunden kommen, die in der Regel durch Freizeit abgegolten werden.

- **Gesellschaftliche Teilhabe durch die Mitarbeiter*innen.**

Durch die geringeren Wochenarbeitszeiten von 36,0 Std. pro Mitarbeiter*innen haben diese den nötigen Freiraum, sich in ihrer Freizeit u.a. gesellschaftlich zu beschäftigen, z.B. in Vereinen und / oder sonstigen Organisationen.

- **Arbeitszeitmodelle.**

Wir haben bei der NKE eine 36 Stundenwoche als Vollzeit etabliert und soweit vom Prozess her möglich, ist jeder frei in seiner Zeiteinteilung (großzügige Gleitzeitregelung im Verwaltungsbereich). Im Bereich Wareneingang, Lager und Kommissionierung haben wir

drei Arbeitsschichten, die zum Teil an 7 Tagen gefahren werden und vom Prozess her keine Arbeitszeitflexibilisierungsmodelle beinhalten können.

Grundsätzlich möchten wir aber feststellen, dass wir auf persönliche Belange sehr viel Rücksicht nehmen, soweit dieses vom Arbeitsprozess her möglich ist.

Die Verlängerung von „Auszeiten“ steht jedem Mitarbeiter zu, wenn er Überstunden angesammelt hat.

In den weiteren Verwaltungsbereichen besteht eine hohe Gleitzeitvereinbarung, die für die Mitarbeiter*innen sicherstellt, dass die Arbeit selbstorganisiert geplant und erledigt werden kann. Im Berichtszeitraum wurde, bedingt durch die Corona-Pandemie, die Home Office-Möglichkeit weiter ausgebaut und aktiv von den Verwaltungsmitarbeiter*innen genutzt. Dieses erprobte „Corona-Modell“ werden wir auch nach der Pandemie weiterführen.

Natürlich haben wir seit mehr als 20 Jahren auch einen Betriebsrat, der gut für die Interessen der Mitarbeiter*innen eintritt und mit dem wir auf Augenhöhe Gespräche und Verhandlungen führen.

Die reduzierte Wochenarbeitszeit auf 36,0 Stunden, die flexible Gleitzeitregelung und die weiteren, vorgenannten Punkte stellen sicher, dass den Mitarbeiter*innen eine Work-Life-Balance ermöglicht wird.

- **Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)**

Entsprechend dem Ver.di -Tarifvertrag sind die Höchst- und Mindestverdienste geregelt. Neben diesen Verdiensten zahlen wir Schicht-, Feiertags- und Wochenendzulagen. Im Berichtsjahr haben wir zudem insgesamt Prämien in Höhe von 1.500,00 Euro pro Mitarbeiter*in gezahlt.

Die innerbetriebliche Spreizung lag im Berichtsjahr bei 2,7. Diese Spreizung werden wir auch künftig anstreben.

- **Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“**

Das sichert der mit Ver.di geschlossene Tarifvertrag seit Jahren ab.

- **Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit**

Die Wochenarbeitszeit betrug im Berichtszeitraum 36 Stunden. In den kommenden Berichtszeiträumen werden wir diese Wochenarbeitszeiten beibehalten.

- **Tatsächlich geleistete Überstunden**

2020 > 2,38 % auf Soll-Arbeitszeit davon 1,0 % Angestellte u. 2,92 % Gewerbliche
2021 > 1,04 % auf Soll-Arbeitszeit davon 1,75% Angestellte u.0,77 % Gewerbliche.

Die Geschäftsjahre 2020 und 2021 waren geprägt durch starke Umsatzzuwächse. Dementsprechend lag der Überstundenanteil in 2020 mit 2,38 % deutlich über den Vorjahren. Ab dem 2. Hj. 2020 und im 1. Hj. 2021 wurde mit Neueinstellungen (ca. 30 Mitarbeiter*innen) so gegengesteuert, dass die Überstundenquote in 2021 deutlich auf 1,04 % reduziert werden konnte.

Im Berichtszeitraum wurde folgendes umgesetzt:

Bedingt durch die deutlichen Umsatzsteigerungen im Berichtszeitraum und die krankheitsbedingten Corona-Ausfälle wurden ca. 30 neue Mitarbeiter*innen ausgewählt, eingestellt und integriert.

Verbesserungspotenziale / Ziele:

Wir werden auch künftig daran arbeiten, dass die unteren Lohngruppen mehr als die oberen gestärkt werden.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Wir können durch die Ver.di -Tarifvereinbarungen sicherstellen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet werden. Zudem werden die Mitarbeitenden und deren Interessen durch den Betriebsrat unterstützt.

C3 Förderung des ökologischen Verhalten der Mitarbeitenden

- **Regionale Bio-Produkte für unsere Mitarbeitenden.**

Wir stehen als Betrieb für die ökologisch-regionale Herkunft der Produkte für unsere Kund*innen und differenzieren uns dadurch erheblich zu den Bio-Produkten der Marktbegleiter*innen.

Selbstverständlich legen wir auch darauf Wert, dass unsere Mitarbeitenden mit Lebensmittel aus ökologisch-regionaler Herkunft am Arbeitsplatz versorgt werden.

- **Anreisearten der Mitarbeitenden zum Arbeitsplatz.**

Unsere Mitarbeitenden reisen sehr individuell zu unserem Standort in Göttingen an. Das kann das eigene Auto, Fahrgemeinschaften im Auto, das Fahrrad oder zu Fuß sein. Erhebungsdaten hierzu liegen uns nicht vor. Der Außendienst ist mit Firmenwagen (Verbrennungsmotoren) ausgestattet. Bisher werden von uns keine unterstützenden Maßnahmen zur Co² Reduzierung für die Mitarbeitenden angeboten.

Die Planung beinhaltet den Austausch der Firmenwagen durch E-Fahrzeuge und für die Mitarbeitenden ab dem 2. Hj. 2022 die Möglichkeit, über uns E-Bike oder normale Bike zu Sonderkonditionen und staatlichen Förderungen zu beziehen.

- **Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft.**

Die Mitarbeitenden können, soweit sie es nutzen, sich innerhalb unseres Betriebes zu 100 % mit Produkten / Essen aus ökologischer Herkunft verpflegen. Das werden wir auch künftig weiterhin sicherstellen.

Für die Mitarbeiter*innen gibt es eine eigen Kantine, in der ausschließlich Gerichte aus Bio-Produkten hergestellt werden.

In der Kantine werden nur im geringen Maße Fleischgerichte angeboten. Hierbei erfolgt die Aufzucht der Tiere ausschließlich nach den Richtlinien und Vorgaben der Bio-Zertifizierungen für die Tierhaltung.

Zusätzlich werden für die Gesundheitsförderung Fortbildungen mit dem Betriebsarzt angeboten (z.B. Rückenschule).

In 2020 waren wir die erste Firma in Göttingen, die ihre Belegschaft gegen Covid 19 geimpft hat.

- **Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %.**

Das Angebot, sich für den Privatbereich mit Bio-Produkten aus unserem Sortiment zu versorgen, nutzen ca. 75 % der Mitarbeitenden. Dieses werden wir auch künftig anbieten und versuchen, noch mehr der Mitarbeitenden von diesem Angebot zu überzeugen.

Die am Arbeitsplatz von uns zur Verfügung gestellten Bio-Äpfel und Bio-Getränke nutzen ca. 95 % der Beschäftigten. Auch diese Angebote werden wir künftig weiter anbieten und möglicherweise erweitern.

Im Berichtszeitraum haben wir die vorgenannten Angebote zur Verfügung gestellt und die regionalen Produkte erweitert.

In den anstehenden zwei Geschäftsjahren 2022 und 2023 werden wir die im Vertrieb eingesetzten Fahrzeuge mit Verbrennungsmotoren durch E-Fahrzeuge austauschen. Um bei der Anreise zum Arbeitsplatz die Mitarbeitenden davon zu überzeugen, auf das eigene Auto zu verzichten, werden wir den Erwerb von E-Bike zu attraktiven Konditionen unseren Mitarbeiter*innen anbieten und hoffen, dass es viele nutzen werden.

Ebenfalls möchten wir künftig Hinweise zur Energie-Effizienzförderung aktiv an unsere Mitarbeitenden weitergeben.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Wir sind stolz darauf, dass in unserem Unternehmen keine Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

Es ist uns bekannt, dass es noch Verbesserungspunkte im Bereich der Energieoptimierung (Stromreduzierung, Einsatz alternativer Energien) gibt. Hier wurden bereits entsprechende Projekte definiert und z.T. im Berichtszeitraum aufgesetzt, die diese Problembereiche lösen werden. Eine nochmalige Reduzierung des Co² Wertes ist unser Ziel auf dem Weg hin zum Co² freien Betrieb.

Zur Feststellung der aktuellen Co² Belastung der Umwelt durch unser Unternehmen wurde im Berichtszeitraum ein entsprechendes Projekt aufgesetzt. Das Ziel, was wir damit verfolgen ist, den IST-Wert zu kennen und danach Maßnahmen zur Reduzierung aufzusetzen bis hin zum Co² freien Unternehmen. Dieses streben wir als unseren Beitrag zu einer besseren und gesunderen Umwelt mittel- / langfristig an.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

- **Datentransparenz mit leichtem Zugriff durch die Mitarbeitenden.**

Unser Unternehmen steht für Transparenz auch im Bezug auf Offenlegung der gesamten wirtschaftlichen Daten. So werden jährlich die Bilanzen dem Betriebsrat zur Verfügung gestellt und dort, wo Erklärungen notwendig sind, die Hintergründe offengelegt.

Über den Betriebsrat haben die Mitarbeiter*innen jederzeit die Möglichkeit Einsicht in die Daten zu nehmen. Zusätzlich legen wir die wirtschaftlichen Eckwerte aus dem Vorjahr bei den jährlich stattfindenden Betriebsversammlungen offen und beantworten Fragen der Mitarbeitenden.

Neben dieser Möglichkeit der Einsicht werden die Bilanzen, nach gesetzlicher Vorgabe, im Bundesanzeiger (www.bundesanzeiger.de) für alle Berührungsgruppen veröffentlicht.

Der Betriebsrat und die Geschäftsführung verhandeln grundsätzlich auf Augenhöhe, „Nehmen“ und „Geben“ beschreibt ganz gut die Art und Weise der Zusammenarbeit zwischen beiden Parteien.

- **Auswahl und Absetzung von Führungskräften.**

Die Nachbesetzung von offenen Führungspositionen (Schichtleiter, Abteilungsleiter) erfolgt in der Regel durch Mitarbeiter*innen aus dem eigenen Betrieb.

Die Entscheidung, welche Kandidat*innen die offene Führungsposition übernehmen soll, obliegt unserem Lenkungskreis, der sich aus mehreren Abteilungsleiter*innen und einem Geschäftsführer (Jonathan Mesecke) zusammensetzt.

- **Entscheidungskompetenz auf der Ebene der Mitarbeitenden.**

Entscheidungen, die für das operative Tagesgeschäft notwendig sind, treffen die Abteilungen selber. Bei abteilungsübergreifenden Themen, wird in der Regel unser Lenkungskreis einbezogen.

Bei Entscheidungen zu strategischen Themen (Ausweitung / Änderung der Geschäftsfelder, Übernahme von Unternehmen, Verkauf von Unternehmensteilen, u.a.) berät der Lenkungskreis den geschäftsführenden Gesellschafter, der die dafür / dagegen sprechenden Argumente abwägt und letztendlich die Entscheidung trifft.

- **Mehr Transparenz und Mitbestimmung, wie sind unsere Erfahrungen?**

Wir haben durchweg sehr gute Erfahrungen mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht. Es stellt u.a. sicher,

- dass wir auch dann im operativen Tagesgeschäft handlungsfähig sind, wenn die Geschäftsleitung nicht im Unternehmen ist.
- dass anstehende Entscheidungen durch die Geschäftsleitung durch weitere Führungskräfte hinterfragt und überprüft werden. Dadurch liegt eine bessere Entscheidungsgrundlage für die Geschäftsleitung vor.
- dass Führungskräfte in gesamten Prozessen denken und nicht nur für Ihre Zuständigkeitsbereiche – auf dem Weg hin zum unternehmerischen Denken.

- **Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten.**

Wir kommunizieren alle unsere Daten im Unternehmen bzw. legen diese zu 100 % bisher und auch künftig offen. Hierzu zählen auch die Gehälter der Geschäftsführer, die bei Bedarf offengelegt werden.

- **Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung / Mitwirkung / Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %).**

Die Entscheidungskompetenz ist bei uns zu ca. 75 % umgesetzt und wird sich nach dem im Berichtszeitraum gebildeten Lenkungskreises, künftig noch mehr erhöhen.

- **Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung / Mitwirkung / Mitentscheidung getroffen werden (in %).**

Entscheidungen für das operative Tagesgeschäft werden durch die jeweiligen Abteilungsleiter zu 100 % getroffen. Dort, wo es mehrere Abteilungen betrifft, treffen die relevanten Abteilungsleiter oder der Lenkungskreis zu 100 % die Entscheidungen.

Bei strategischen Themen zur Unternehmensausrichtung berät der Lenkungskreis die Geschäftsleitung, diese wägt das für und wieder ab und trifft anschließend eine Entscheidung.

Der Lenkungskreis wurde im Berichtszeitraum im Unternehmen etabliert.

Im ersten Schritt konnte die Unternehmensnachfolge durch Jonathan Mesecke in der Form auf den Weg gebracht werden, indem er zum 1.1.2021 zum Geschäftsführer ernannt wurde und er gemeinsam mit dem Lenkungskreis für das gesamte operative Geschäft die Verantwortung trägt.

Eine bessere Effizienz (höhere Durchschlagskraft bei zu treffenden Entscheidungen) des Lenkungskreises wäre manchmal wünschenswert – möglicherweise aber gar nicht realisierbar, weil nicht mehr nur eine Person Entscheidungen trifft (wie früher), sondern jetzt durch das Gremium Entscheidungen getroffen werden. Dieser Punkt sollte künftig weiter beobachtet und ggfls. optimiert werden.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Wir können bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt. Wir verhandeln seit Jahren auf Augenhöhe und das Miteinander ist geprägt durch „Nehmen“ und „Geben“.

D: Berührungsgruppe Kund*innen und Mitunternehmen

D1 Ethische Kundenbeziehung

- **Werte und Prinzipien gegenüber unseren Kund*innen.**

Zu unseren Kund*innen zählen Unternehmen und Personen, die Naturkostprodukte verkaufen, verarbeiten oder verzehren. Wir sind mit dem Verkauf von Naturkostprodukten seit Jahrzehnten erfolgreich am Markt.

In der Betreuung unserer Kund*innen legen wir sehr viel Wert auf eine persönliche Kundenbetreuung am Telefon oder im persönlichen Termin. Hierbei achten wir sehr darauf, dass sich unsere Ansprechpartner*innen im Vertrieb (Innendienst) sich gegenüber den Kund*innen möglichst selten wechseln.

In der Kommunikation zu unseren Kund*innen sind wir ehrlich, streben eine hohe Kundenzufriedenheit an und pflegen ein partnerschaftliches Verhältnis.

Unser Kundenbindungskonzept enthält neben dem Warenbezug zusätzliche Mehrwerte für unsere Kund*innen wie z.B. Schulungen, Sortimentsberatungen, Ladengestaltungsunterstützung, Kauf von TK-Geräten zu guten Konditionen..

• **Kund*innen Gewinnung und Stammkund*innen Betreuung.**

Insgesamt liefern wir Waren an über 600 Kund*innen aus. Es gibt eine langjährige Stammkundschaft in den Bereichen der inhabergeführten Naturkosteinzelhändler*innen, der Gastronomie, Hofläden Schulen und Hotelgewerbe. Zu den Naturkosteinzelhändler*innen zählen auch 92 Bio-Einzelhändler*innen, die unser Partnerladen-Konzept umsetzen.

Folgende Umsatzanteile nach Absatzzielgruppen ergaben sich im Berichtszeitraum:

- Naturkosteinzelhändler*innen ca. 38 %
- Gastronomie ca. 10 %
- Lieferdienste, Schulen, Hotelgewerbe, Hofläden, Abo-Kisten ca. 52 %

Der Verkauf, der sich vorwiegend aus dem Außendienst und dem Innendienst zusammensetzt, pflegt ein persönliches, manchmal sogar freundschaftliches Verhältnis mit Kund*innen.

Für die wöchentlichen Kund*innen-Bestellungen gibt es eine eindeutige 1:1 Kund*innen-Betreuung durch den Innendienst. Die Kund*innen-Zufriedenheit hat bei uns einen sehr hohen Stellenwert.

Mit diesen Kundenstrukturen erfolgt der Absatz neben der persönlichen Bestellung ergänzend über den eigenen Webshop. Auch hier wird bei Anfragen der persönliche Kontakt per Telefon gesucht, um möglichst genau auf die Bedürfnisse der Kund*innen eingehen zu können. Der Umsatzanteil über dem Webshop lag im Berichtsjahr bei 60 % vom Gesamtumsatz.

Auch auf Kundenwünsche wird individuell durch Vorbestellartikel eingegangen, soweit es von unserem Sortiment her möglich ist. Reklamationen speziell im Lebensmittelbereich werden besonders ernst genommen und zeitnah versucht, diese partnerschaftlich zu klären.

Neue Kund*innen gewinnen wir über unseren Außendienst in Form von „Kaltakquisen“. Bedingt durch unseren guten Ruf am Markt (Produkte mit guter regionaler Qualität, Sortimentsbandbreite, die fast alle Wünsche abdeckt, ein gutes Preis- / Leistungsverhältnis und unser Servicekonzept (Sortiments-/Ladenberatungen, Schulungen, Verkostungen etc.) mit deutlichen Mehrwerten für unsere Kund*innen) und dem hohen Bekanntheitsgrad von Hermann Heldberg (Pionier der Naturkostbranche) wenden sich auch oft mögliche Neukunden direkt an uns.

- **Kund*innen-Nutzen steht vor dem eigenen Umsatzstreben.**

Folgende, gelebten partnerschaftlichen Beziehungen zu unseren Kund*innen ist unsere Differenzierung zu unseren Marktbegleitern und spiegelt wieder, dass bei uns die Kund*innen im Mittelpunkt stehen und nicht das eigene Bestreben nach Umsatz und Ertrag. Wir haben über Jahre festgestellt, wenn wir dieses so leben, stellen sich die passenden Umsätze und Erträge bei uns automatisch ein.

- Unsere Kund*innen haben einen engen und persönlichen Kontakt zu unseren Mitarbeiter*innen durch eindeutige Ansprechpartner*innen im Innendienst, die auf Anfragen der Kund*innen sehr individuell und oft zum guten Nutzen der Kund*innen Sortimentsempfehlungen aussprechen.
- Die Belieferung unserer Kund*innen mit Obst- / Gemüse erfolgt bei uns, zur Sicherstellung der Frische, täglich. Die Kund*innen-Bestellungen erfolgen fast immer telefonisch in der Kommunikation mit unserem Innendienst. Zu diesem Zeitpunkt hat der Innendienst bereits die morgens angelieferten Frische-Ware (Obst / Gemüse) gesichtet und kann dann in den Telefonaten mit den Kund*innen Bestell-Empfehlungen aussprechen.
- Ergänzt werden diese Mehrwerte durch Beratungsleistungen für die Kund*innen in den Bereichen Ladenplanungen, Sortimentsschulungen und dem Bezug von Tiefkühlmöbeln.
- Um die Kundenbedürfnisse bei unseren mittelfristigen Produkt-Strategien berücksichtigen zu können, werden 150 Naturkost-Einzelhändler*innen regelmäßig zu unseren Kundenstammtischen eingeladen.

- **Kund*innen-Gruppen, die einen erschwerten Zugang zu Produkten / Dienstleistungen haben.**

Unsere Zielgruppen liegen fast ausschließlich im B to B-Segment. Benachteiligte Gruppen sind in diesen Kundenstrukturen eher nicht zu finden. Ausgeschlossen von unseren Zielgruppen sind konzerngeführte, also nicht Inhaber geführte Unternehmen.

Aus diesem Grunde gibt es für „benachteiligte Gruppen“ (vorrangig Endverbraucher, die nicht zu unseren Zielkund*innen zählen) kein direktes Produkt- oder Preissegment, dass wir als Großhändler für diese Zielgruppe anbieten.

Aber wir unterstützen finanziell benachteiligte Gruppen in Form von Aktionen. Beispielweise wird die Tafel unterstützt, Kirchengemeinden können noch nicht ganz abgelaufene Lebensmittel (MHD-Datum) abholen und Foodsharing-Initiativen werden ebenfalls gefördert.

Zusätzlich unterstützen wir aktiv das Landesprogramm „Bio in der Gemeinschaftsverpflegung“.

- **Budgets im Marketing, Verkauf und Werbung**

Wir bei der NKE verzichten bisher und auch künftig bewusst auf Budgetplanungen für das laufende bzw. anstehende Geschäftsjahr und für das operative Geschäft. Für die strategischen Projekte und größeren Investitionen werden Budget-Eckwerte geplant.

Als Orientierung zur aktuellen wirtschaftlichen Entwicklung des operativen Geschäftes steht bei uns der Vergleich mit dem Vorjahr an erster Stelle, daran orientieren und optimieren wir uns. Diese Vorgehensweise hat sich in den mehreren Jahrzehnten der Firmengeschichte mehr als bewährt

Wie gerade dargestellt wurde, gibt es auch für das Marketing und die Marketingmaßnahmen kein Jahresbudget. Die Marketingmaßnahmen im laufenden Jahr werden als Projekt behandelt. Wenn z.B. überlegt wird, an einer Kampagne teilzunehmen, wird das notwendige Budget ermittelt und dann situationsbezogen entschieden, ob die Maßnahme durchgeführt wird.

- **Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden.**

Wir setzen auf eine seriöse und vertrauensvolle Beratung unserer Kund*innen. Um dieses sicherzustellen, werden im Vertrieb (Innen- / Außendienst) nur Fix-Gehälter bezahlt. Bei einer erfolgsabhängigen Bezahlung bzw. Teilbezahlung könnte es sein, dass darunter eine neutrale Beratung leiden könnte (Eigen- vor Fremdinteressen).

Bei der Entlohnung der Vertriebsmitarbeiter*innen zahlen wir mindestens die Tarifgehälter des Gross-/Außenhandels. Oft liegen die Gehälter / Löhne deutlich darüber.

Bei Gehaltserhöhungen werden immer die niedrigeren Gehälter stärker berücksichtigt als die höheren Gehälter. Aus diesem Grunde zahlen wir bei Gehaltserhöhungen keine %-Erhöhungen auf das IST-Gehalt, sondern immer einen festen Erhöhungswert, der für alle Mitarbeiter gilt. Dadurch erreichen wir, dass die Geringverdiener immer mehr von Erhöhungen profitieren.

- **Interne Umsatzvorgaben für den Vertrieb.**

Wir von der NKE verzichten bewusst auf Umsatzvorgaben für die Vertriebsmitarbeiter*innen. Damit sind wir in den vergangenen Jahren sehr erfolgreich vorgefahren und die Kund*innen schätzen sehr unsere neutrale Beratungskompetenz der Vertriebsmitarbeiter*innen vor dem Willen, nicht unbedingt etwas zu verkaufen.

- **Umsatzanteil in %, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird.**

Wir beliefern fast ausschließlich Kund*innen im B to B Segment. Benachteiligte Kund*innen-Gruppen sind in diesem Segment nicht zu finden.

Der Fokus stand im Berichtszeitraum darin, die deutlich angewachsenen Neukund*innen qualitativ, quantitativ und nachhaltig bei der NKE zu integrieren und diese Kund*innen kompetent und individuell zu betreuen.

Verbesserungspotenziale werden von unserer Seite derzeit nicht gesehen. Abzuwarten bleibt, wie sich der Umsatz nach der Corona-Pandemie entwickelt. Innerhalb der Pandemie hat sich der Umsatz deutlich erhöht. Ob dieser Trend weitergeht oder der Umsatz stagniert oder sich gar rückläufig entwickeln wird, bleibt abzuwarten. Erste Markttrends in 2022 lassen aber erkennen, dass der Preis für Bio-Waren durch die deutlich erhöhten Lebenshaltungskosten (Energie, Treibstoff, Lebensmittel, etc.) immer mehr in den Vordergrund rückt. Ein Bio-Kauftrend - weg vom Naturkost Einzelhandel und hin zum Bio-Discounter - ist bereits jetzt schon festzustellen.

Ebenfalls abzuwarten ist die Entwicklung in der Ukraine, die Handlungsweisen von Russland, die Kriegsauswirkungen bei uns und innerhalb der EU.

Wir werden die Entwicklungen sehr genau, immer zeitnah beobachten und handeln, soweit es nötig wird. Dies erfolgt in Abstimmung mit unseren Partner*innen der gesamten regionalen Naturkost-Wertschöpfungskette.

D1 Negativaspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Wir können vollumfänglich bestätigen, dass wir keine unethischen Werbemaßnahmen durchführen. Unsere Werbung ist ausschließlich auf definierte Werte ausgerichtet: regional & saisonal, nah & nachhaltig, sozial & fair, vielfältig & transparent. Bei der Auswahl unserer Werbepartner setzen wir, bis auf unsere Homepage und in geringem Maße Facebook, ausschließlich auf Printmedien, die in unserem Vertriebsgebiet vermarktet werden. Auf Online-Werbung über die sozialen Medien verzichten wir weitestgehend.

Im Berichtszeitraum haben wir vorrangig die gesamten Produktinformationen in unserem WEB-Shop zum Nutzen für unsere Naturkost-Einzelhändler*innen optimiert.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

- **Was zeichnet eine kooperative und solidarische Haltung gegenüber Mitunternehmen für uns aus?**

Es sind unsere Verhaltensweisen gegenüber ihnen. Diese zeichnen sich wie folgt aus:

- Das partnerschaftlich Miteinander (sich auf die Aussage des Partners verlassen zu können).
- Der fairer und offener Umgang miteinander.
- Das Geben und Nehmen.
- Gemeinsam mehr zu erreichen.

- **Unsere Kooperationen und die Ziele die wir dabei verfolgen.**

Das Naturkost-Marktvolumen liegt in Deutschland bei ca. 12,5 Mrd. Euro.

Von diesem Marktvolumen erzielen 10 inhabergeführte Naturkostgroßhändler, die auch in der Marketinggesellschaft „Die Regionalen“ zusammengeschlossen sind, einen Jahresumsatz von insgesamt ca. 1 Mrd. Euro. Zu diesen Naturkostgroßhändlern pflegen wir in vielerlei Hinsicht enge Kontakte und sind auch z.T. gesellschaftlich verbunden.

Zum einen haben diese Naturkostgroßhändler bereits vor Jahren eine gemeinsame Marketinggesellschaft „**Die Regionalen GmbH**“ gegründet, die übergeordnet für alle Naturkostgroßhändler Projekte auf- und umsetzt. U.a. wurde die Marke „Echt Bio“ entwickelt und seit Jahren für alle Großhändler erfolgreich im Markt platziert, Rahmenverträge für den Kauf / die Finanzierung von Kühlmöbel für die Naturkosteinzelhändler*innen, also den Kund*innen der Großhändler*innen, geschlossen. Zudem werden Beratungs- und Schulungsmaßnahmen angeboten und durchgeführt.

Auf der Einkaufsseite bestehen enge Kooperationen und z.T. auch gesellschaftliche Verflechtungen (u. a. zu den Firmen **Biotropic und Naturkost Schramm**). Der gemeinsame Import von Obst / Gemüse (Spanien / Frankreich) und Früchte aus Drittländern sind die Geschäftsinhalte.

Für den Erhalt und den Ausbau regionaler Naturkost-Strukturen, vom Anbau, der Produktion, dem Großhandel und dem Einzelhandel wurde auf unsere Initiative hin mit mehreren Akteuren der Wertschöpfungskette in 2021 die **Fair-Bio Genossenschaft** gegründet.

Nach der Ost- / West-Grenzöffnung wurde die **Naturkost Erfurt GmbH** in Erfurt durch NKE und Thomas Hölscher gegründet. In den Gründungsjahren erfolgte eine starke Unterstützung durch uns um den Großhandel in Erfurt erfolgreich am Markt zu positionieren. Über die Jahre hat sich das Unternehmen zum eigenständigen Großhandel mehr als gut entwickelt. Dort wo es Sinn macht, arbeiten beide Firmen auch heute noch eng zusammen. Auch sind wir noch heute Mitgesellschafter an dem Großhandel in Erfurt.

Ebenfalls ist NKE an der **Bioküche Leinetal GmbH** beteiligt. Diese Küche belieferte in der Anfangszeit nur Kindergärten, Grundschulen sind danach wegen der guten Bio-Qualität dazugekommen. Aktuell werden täglich 1.600 Essen hergestellt und verteilt.

Die Mitgliedschaften bei **Bioland** und **Demeter** runden unser Netzwerk ab.

Nicht unerwähnt lassen möchten wir, dass wir beim Bedarf von **Handwerksbetrieben** und **Transportunternehmen** den grundsätzlichen Ansatz verfolgen, die Dienstleister aus der Region, also Südniedersachsen, zu beauftragen. Ebenfalls pflegen wir seit Jahren im Bereich Logistik eine enge Kooperation mit dem **Fruchthof Northeim**.

- **Wir verhalten uns solidarisch gegenüber Kooperationspartnern und Unternehmen, an denen wir beteiligt sind.**

Die vorgenannten Kooperationen oder auch die gesellschaftlichen Beteiligungen werden durch uns sowohl personell (unentgeltlich) als auch finanziell unterstützt. Finanziell stellen wir ein jährliches Kooperations-Budget von 175–200 T-€ zur Verfügung.

- **Höherer Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden.**

Da wir bei der NKE keine Produkte herstellen, werden unterstützende Maßnahmen bei den Anbaubetrieben und Produzenten von der Zeit her nicht erfasst. Es erfolgt die Unterstützung, die notwendig ist. Eine Zeitbegrenzung gibt es in der Regel nicht. Dieses werden wir auch künftig so handhaben.

- **Insgesamt liegt der Personal und Finanzmittelaufwand bei ca. 175 – 200 T-Euro pro Jahr. Bei den nachfolgenden Punkten wird jeweils der %-Anteil von 200 T-Euro angegeben:**

Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): 75 %

Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: 15 %

Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: 10 %

- **Wie engagieren uns in folgenden Bereichen:**

- Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards:

Verband „Enkeltaugliche Landwirtschaft“ mit dem Fokus „Ausstieg aus Pestizide“ und „Rückstandsfreie Böden“.

Im Berichtszeitraum wurde von uns neben dem operativen Tagesgeschäft folgendes umgesetzt:

- u.a. Mitgründung der Fair Bio Genossenschaft / Göttingen zur Stärkung, dem Erhalt und dem Ausbau regionaler Bio-Strukturen vom Ackerbau bis hin zum Essen auf den Tisch und aktive Einbindung der Endverbraucher*innen.
- Bürgschaften für unsere Kund*innen für den Bezug von Kühlmöbeln.
- Vorkasse bei Lieferanten mit saisonalen Produkten im erheblichen Umfang.

Kooperationen in der Logistik zur Senkung der Transportkosten (Warenverkehr von uns und zu unseren Kund*innen) und Co²-Werte und die nachhaltige Umsetzung der Fair-Bio Genossenschaft zur Stärkung der regionalen Bio-Strukturen sind unsere Ziele, die wir verfolgen.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Wir können definitiv bestätigen, dass es kein schädigendes, diskriminierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen und Kooperationspartner*innen gibt und künftig auch nicht geben wird. Dieses haben wir im Berichtszeitraum auch so gelebt.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

- **Ökologischen Auswirkungen in der Nutzung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen durch unsere Kund*innen?**

Unsere Kund*innen-Zielgruppen sind hauptsächlich der Naturkost Einzelhandel, die Gastronomie, Hofläden, Schulen und Hotelbetriebe. Bei der Belieferung dieser Kundengruppen mit unseren Waren verwenden wir Mehrwegkisten / -flaschen und -gläser. Verwenden dort, wo es möglich ist, Papier statt Kunststoffverpackungen und unterstützen ausdrücklich die Aktion „unverpackt“. Zudem entsorgen wir für unsere Kund*innen mögliches Verpackungsmaterial in der Form, dass wir dieses auf den Rückfahrten der LKW nach der Kund*innen-Belieferungen zu unserem Standort mitnehmen und dort gebündelt und professionell entsorgen lassen.

Das Entsorgungsvolumen wird von uns von Jahr zu Jahr reduziert, weil wir folgende Produkt-Verpackungsstrategien verfolgen:

- Mehrweg- & Pfandsysteme anstelle von Einweg, Papier statt Plastik, Glas statt Dose, hin zu „unverpackt“. Rollwagen für die Anlieferung von Waren so stapeln, dass eine Plastikummwicklung überflüssig ist.
- Permanente Sortimentsüberprüfungen bezogen auf alternative Produkte mit dem Effekt der Entsorgungsreduzierung.

Zusammengefasst können wir feststellen, dass die ökologischen Auswirkungen in der Nutzung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen durch unsere Kund*innen mehr als gering ist.

Im Transport zu unseren Kund*innen setzen wir zunehmend gasbetriebene Lastkraftwagen ein und streben wie bereits erwähnt möglichst keine Leerfahrten an.

Neben diesen Maßnahmen unterstützen wir sehr aktiv das Projekt „Zu gut für die Tonne“. Das Ziel der Bundesregierung ist es bis zum Jahr 2030, die Lebensmittelabfälle um 50 % zu reduzieren. Da möchten wir ein Vorreiterunternehmen in der Region sein.

- **Wir haben die Konsistenz, Effizienz und Suffizienz in unserem Geschäftsmodell verankert.**

Konsistenz: Kontinuierliche Umstellung der Produkte von Einweg- auf Mehrweg-flaschen.

Effizienz: Wir nutzen 100% Ökostrom und erweitern die eigene Energiegewinnung durch Solarzellen auf unserem Firmengebäude, außerdem nutzen wir regionale Strukturen um unsere Transportwege zu optimieren und die Co²-Belastungen zu reduzieren.

Suffizienz: Wir kommunizieren keine aufdringlichen Werbebotschaften, klären aktiv über Mindest-Haltbarkeits-Daten auf, Dienstreisen werden vorzugsweise mit der Bahn statt mit dem Auto durchgeführt usw.

Da wir in den vorgenannten Punkten recht gut aufgestellt sind, haben wir die operativen Prozesse im **Berichtszeitraum** professionalisiert, aber keine zusätzlichen Maßnahmen neben dem operativen Betrieb aufgesetzt.

Weitere Verbesserungspotenziale sehen wir aus heutiger Sicht nicht. Wir müssen das, was wir bisher umgesetzt haben, künftig operativ weiter optimieren / ausbauen und eine noch höhere Nachhaltigkeit sicherstellen.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Wir können zu 100% bestätigen, dass es in unserem Betrieb keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologische Auswirkungen gibt?

D4 Kund*innen-Mitwirkung/Produkttransparenz

- **Transparenz gegenüber unseren Kund*innen, Mitsprachemöglichkeiten/-Mitentscheidungsrechte seitens der Kund*innen.**

Wir legen sehr viel Wert auf eine aktive Kommunikation mit unseren Kund*innen. Aus diesem **Grund** führt der Innendienst einmal pro Woche bei der Annahme der Wochenbestellungen ein Telefonat mit jedem Kund*innen. Bei den regelmäßigen Ladnertreffen (Naturkosteinzelhändler*innen) erfolgt ein aktiver Austausch im Bezug auf das Sortiment, der Preisgestaltung, dem Bedarf und den Wünschen der Konsument*innen.

Wie binden unsere Naturkosteinzelhändler*innen, die stärkste Absatz-Zielgruppe bei uns, mehr als aktiv in unsere Sortiments- aber auch in unsere Preisgestaltungen ein. Ein zusätzlicher Bedarf an mehr Einfluss wird von unseren Kund*innen derzeit nicht gesehen. Möglicherweise hat das auch etwas mit dem Aufwand zu tun, die die Kund*innen leisten müssten, wenn sie sich mehr einbringen würden.

Bezüglich der Produkttransparenz setzen wir bei unserer Eigenmarke „von“ (nur regionale Produkte) auf volle Transparenz inkl. Nennung der eindeutigen Produktherkunft, dass ist für uns und unseren Kund*innen ein absoluter Mehrwert gegenüber Produkten von Marktbegleitern.

Bei allen anderen Produkten können wir das nicht beeinflussen, da das Lieferkettengesetz noch nicht verbindlich eingeführt ist. Solange das nicht gegeben ist und die Lieferant*innen die Informationen nicht freiwillig offenlegen, wird es auch weiter an der Produkttransparenz bezüglich „Herkunft“ mangeln.

Wenn Kund*innen Ideen zu sozial-ökologischen Verbesserungen haben, nehmen wir diese gerne auf, prüfen und setzen diese um, soweit es für uns Sinn macht.

- **Produktinformationen die öffentlich zugänglich sind.**

Entsprechend den gesetzlichen Auflagen verfahren wir in der Offenlegung der Informationen. Zusätzliche Informationen zu Herkunftsbetrieben stellen wir bei den Produkten unserer Eigenmarke „von“ auf den Produktetiketten da.

Da wir als Naturkost-Großhändler am Markt tätig sind, begrenzt sich die Offenlegung der vorgeschriebenen Informationen hauptsächlich auf die Zielgruppe Naturkost-Einzelhändler*innen. Für diese Zielgruppe haben wir speziell im Berichtszeitraum die Produktinformationen im WEB-Shop deutlich erhöht.

- **Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung,** die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind, gibt es diverse Beispiele. Da wir die Verbesserungen, oft handelt es sich auch nur um kleine Optimierungen, nicht systematisch erfassen, können wir diese hier nicht aufzeigen.

- **Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen.**

Da dieser Punkt gesetzlich vorgegeben ist und wir das entsprechend einhalten, können wir sagen, dass wir bzw. unsere Lieferant*innen bei allen Produkten die Inhaltsstoffe ausweisen.

- **Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen.**

Wir legen unsere Preiskalkulation derzeit noch nicht offen. Planen aber in Teilbereichen künftig eine Offenlegung.

Im Berichtszeitraum wurden neben dem operativen Prozess keine Sonderprojekte von uns aufgesetzt. Zum operativen Prozess gehörte aber auch die deutliche Erhöhung der Produktinformationen (Transparenz) in unserem WEB-Shop.

Folgende Projekte streben wir zu diesem Punkt in den nächsten Jahren an:

- „Gläserne-Produkttransparenz“ inkl. Kalkulationsoffenlegung in allen Teilen der Wertschöpfungskette vom Acker bis hin zum Groß- und Einzelhandel.
- Gründung eines Produkt-Listungsgremiums das sich aus Naturkost-Einzelhändler*innen und Vertretern aus unserem Unternehmen zusammensetzen wird.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Es kann bestätigt werden, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen. Dieses unter dem Vorbehalt, dass die Lieferant*innen ihrer Auszeichnungspflicht gerecht werden und die Endverbraucher*innen entsprechend diesen Informationen mit den Produkten sachgerecht umgehen.

E: Berührungsgruppe gesellschaftliches Umfeld

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Biologisch und ökologisch hergestellte Produkte tragen zu einem nachhaltigen Umgang mit Ressourcen und Menschen bei. Lebensmittel decken grundsätzlich das Grundbedürfnis nach eigener Versorgung nach Nahrung und dienen speziell bei unserer 100 %-igen Bio-Produktausrichtung zu einer mehr als gesunden Ernährung der Personen, die unsere Produkte verzehren.

Einige Produkte wie zum Beispiel Kaffee oder Kakao sind Luxusgüter. Soweit man das bei Kaffee auf einzelne Personen bzw. Verbraucher bezieht, stimmt diese Klassifizierung. Betrachtet man das global vom Kaffee-Anbau bis hin zur Vermarktung, stimmt die Klassifizierung nicht, weil die Anbau- / Verarbeitungskräfte von dem Kaffee-Anbau und der Herstellung leben.

Wir fördern Projekte wie Sivio und Fair Afric, die die Lebensbedingungen der Arbeitenden in den Ursprungsländern dieser Lebensmittel verbessern. Fair Afric ist die erste afrikanische Schokoladenfabrik in Afrika, die selbst den Kakao verarbeitet und nicht nur den Rohstoff exportiert.

Die Förderung des regionalen Anbaus und die Herstellung von Bio-Produkten bis hin zum Verzehr durch die Endverbraucher*innen ist die Vision, die die FairBio Genossenschaft künftig verfolgen wird. Diese Genossenschaft wurde von uns mit weiteren Partner*innen aus der gesamten, regionalen Bio-Wertschöpfungskette 2020 gegründet und befindet sich derzeit in der Aufbauphase und wird künftig einen hohen Beitrag dazu leisten, dass die

regionalen Anbau- / Herstellungsstrukturen nachhaltig ausgebaut werden und die Endverbraucher*innen aktiv eingebunden werden.

Zu unserem Sortiment zählen auch Produktrandgruppen mit geringen Umsatzanteilen. Wurst und andere Bio-Fleischwaren nehmen nur einen Anteil von 5% vom Umsatz ein. An eine Umsatzerweiterung wird nicht gedacht – die 5% sind aber notwendig, sonst würden die kaufenden Kunden im Naturkost Einzelhandel möglicherweise dorthin abwandern, wo es diese Produkte gibt. Dieses trifft auch auf unsere Tabakprodukte zu, die nur einen Anteil von 0,21 % vom Jahresumsatz ausmachen.

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. Erfüllte Bedürfnisse

- Unsere Produkte decken erheblich die **Grundbedürfnisse** der Endverbraucher*innen, die unsere Bio-Lebensmittel verzehren 80 %
- **Statussymbol/Luxus** 5 %
 - Der Anteil begründet sich bei einigen Produkten durch Sortiments-Bandbreiten. Auch hier werden diese Bandbreiten von den Endverbraucher*innen gefordert. Wir werden künftig darüber nachdenken, mit welchen Informationen wir das Verbraucherverhalten beeinflussen können um die ausgeprägten Produktbandbreiten zu vermeiden.

2. Dienen der Entwicklung

- **der Menschen** 85 %
 - Unsere Bio-Lebensmittel dienen erheblich der Entwicklung der Menschen und tragen einen positiven Effekt zur Gesundheit der Endverbraucher*innen bei.
- **der Erde / Biosphäre** 85 %
 - Wir stehen für regionale Nachhaltigkeit der Produkte und fördern den regionalen und ökologischen Anbau von Bio-Produkten.
- **löst ökologische Probleme** 70 %
 - Vom Grundsatz her und speziell in „guten Zeiten“ werden ökologische Probleme speziell durch den regionalen Bio-Anbau deutlich reduziert. In diesen Zeiten lösen wir mit unseren Anbaupartner*innen Hersteller*innen ökologische Probleme von ca. 80 %. In wirtschaftlich schwierigen Phasen, wie wir es z.T. im Berichtszeitraum hatten, geht der Verkauf der Waren oft über den Preis. Dann werden viele Produkte wie z.B. Möhren und Kartoffeln billig aus Italien importiert und hier über Bio-Discounter vermarktet. Die sind erheblich billiger durch die geringen Löhne in den Anbaugebieten - produzieren aber einen deutlich höheren Co2 Ausstoß (Transport / Verpackung). In diesen Phasen reduziert sich der %-Wert von 80 auf 70 %.

3. Nutzen der Produkte / Dienstleistungen:

- **Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen** 95,00 %
 - Unsere Bio-Lebensmittel dienen der Ernährung und einem gesunden Leben. Sie fördern nachhaltig den regionalen Anbau und die regionale Herstellung von unseren Produkten. Damit liegt ein deutlicher Mehrfachnutzen vor.
- **Hemmender / Pseudo-Nutzen** 7,50 %
 - Das trifft bei unseren NonFood-Produkten (speziell Kosmetik) z.T. zu. Im Food-Segment können wir das zu 100 % ausschließen.
- **Negativenutzen** 0,21 %
 - Hier gibt es nur den Bereich Tabak, wo es einen Negativenutzen gibt.

Im Berichtszeitraum wurde folgendes umgesetzt:

- Grundsätzliche Prüfung von Ein- auf Mehrwegverpackungen, und in Teilbereichen umgesetzt.
- Folien bei Rollwägen durch andere Alternativen nachhaltig gelöst.
- Feinkostsalate von Einweg- in Mehrwegverpackungen umgestellt.
- Mehrwegkisten für Obst-/Gemüse wurden zu 85% eingeführt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Die weitere Umstellungen von Einweg- auf Mehrwegverpackungen. (u.a. Trockenware kommissionieren in Mehrwegkisten).
- Die Reduzierung der Verpackungen im Transportbereich.
- Der weitere Ausbau der regionalen Anbaustrukturen durch die Fair-Bio Genossenschaft und aktive Einbeziehung der Endverbraucher*innen hin zur gesunden Entwicklung der Menschen durch gesunde Ernährung.
- Energieeinsparungen durch die Installation von Thermo-Solar.
- Der Austausch der LKW in den kommenden 8 Jahren durch LKW mit Elektro-Antrieb.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Bei den Produkten, die wir selber herstellen lassen (z.B. die Eigenmarke „von“) können wir bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte von uns oder unseren Partner*innen angebaut oder Produziert werden. Hier wird sichergestellt, dass es eine Transparenz über den gesamten Prozess gibt.

Für sonstige Import-Waren können wir das dort, wo wir nicht im Prozess integriert sind, nicht beurteilen und bestätigen.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Wir unterstützen diverse soziale Einrichtungen (z.B. Göttinger Tafel und diverse Kirchengemeinden) mit Lebensmitteln in Wert von jährlich 150 T-Euro und mit finanziellen Spenden pro Jahr in Höhe von ca. 50 T-Euro. Im Berichtszeitraum 2020/2021 sind das in Summe ca. 400 T-Euro.

Zusätzlich versorgen wir finanziell ärmere soziale Einrichtungen mit Lebensmitteln, die wir spenden.

Neben den bereits in dieser Gemeinwohl-Bilanz 2020 / 2021 genannten Projekten und Initiativen bevorzugen wir regionale Dienstleister wie zum Beispiel „Neue Arbeit Göttingen / Grundstückspflege“. Diese Unternehmen ermöglicht Menschen einen neuen Start in den Arbeitsmarkt. In diesem Fall wird die Reinigung der Mehrweggläser durch dieses Unternehmen übernommen.

Mit 55 Millionen Jahresumsatz und Gewinnen im Berichtsjahr von 600 – 750 T-Euro gehören wir zu den besseren Kapitalertrags- und Gewerbesteuerzahlern und leisten damit einen nicht unerheblichen Beitrag zur Gesellschaft bei. Die im Berichtsjahr abgeführten Ertragssteuern beziffern sich auf 315 T-Euro in 2020 und in gleicher Höhe in 2021. Gegenüber 2019 ist das pro Jahr im Berichtszeitraum eine Steigerung um 240 T-Euro.

Die Lohnsummenabhängigen Steuern und Sozialversicherungsbeiträge des Arbeitgebers NKE lagen bei 1.068 T-Euro in 2020 und ca. 1.200 T-Euro in 2021.

Insgesamt wurden für 2020 und 2021 an Ertragssteuern, Gewerbesteuern und Sozialversicherungsbeiträge weit über 2,9 Mio. Euro an das Gemeinwesen abgeführt.

Subventionen wurden im Berichtszeitraum von uns nicht in Anspruch genommen.

Förderungen haben wir für die Anschaffung der mit Gas betriebenen LKW in Form von 8 T-Euro pro LKW erhalten (insgesamt 32 T-Euro).

Im Berichtszeitraum wurde folgendes umgesetzt:

- Unterstützung der vorgenannten diversen sozialen Einrichtungen.
- Deutlich erhöhte Körperschafts-/Gewerbesteuern gegenüber den Vorjahren und Höhe der SV-Beiträge gleichbleibend in Millionenhöhe wie im Vorjahr.

Mittelfristig streben wir eine deutliche Nachhaltigkeit mit der Fair-Bio Genossenschaft (Regionalität, Sicherung der regionalen Strukturen) an. Auch weiterhin werden wir bedürftige, soziale Strukturen (freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen in Form von Lebensmitteln und finanzieller Spenden) finanziell, personell und mit Waren unterstützen.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Im steuerrechtlichen Rahmen können wir bestätigen, dass wir keinerlei Praktiken betreiben, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Wir können bestätigen, dass wir selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreiben. Die unterstützenden Leistungen werden bewusst von uns nicht eigeninitiativ kommuniziert, die Aktivitäten gehören zu unserem Selbstbild. Wenn überhaupt, werden die Lobbying-Aktivitäten direkt durch die nutznießenden sozialen Einrichtungen selber kommuniziert.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Unser mittel- / langfristiges Ziel ist es, dass wir unser Unternehmen zu einem Co² freiem Betrieb umstellen. Um dieses erreichen zu können, haben wir im Berichtszeitraum den Auftrag an einen externen Dienstleister gegeben, um den IST Co²-Fußabdruck für unser Unternehmen zu ermitteln und Maßnahmen zur Reduzierung des Co² Ausstoßes aufzuzeigen. Danach werden wir gemeinsam entsprechende Maßnahmen zur Reduzierung der Co² - Werte definieren und umsetzen.

Mit der Umrüstung auf Co²-neutrale Mobilität, der Vermeidung von Müll und dem Handel mit ökologischen Lebensmitteln trägt NKE bereits jetzt schon wesentlich zur Verringerung von Umweltschäden bei.

Reine Umweltkonten werden nur in Teilbereichen geführt. Das aufgesetzte Co²-Beratungsprojekt beinhaltet auch die künftige Führung von entsprechenden Umweltkonten. Ebenfalls wird in diesem Projekt festgelegt, wie die Offenlegung dieser Konten künftig erfolgen soll.

Derzeit werden bei der NKE zu einem Teil der folgenden Konten Kostenwerte in der BWA / Bilanz geführt. Inwieweit künftig die Verbrauchsmengen in Konten geführt werden, wird das laufende Co²-Beratungsprojekt definieren:

- **Transporte** (und dessen CO₂ Äquivalent) in km bzw. kg Ausgangsfrachten
Ausgangsfrachtkosten 544 T-Euro in 2020 (1,0% v. Umsatz)
Ausgangsfrachtkosten 422 T-Euro in 2019 (0,9% v. Umsatz)
- **Benzinverbrauch** (und dessen CO₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg
Dieselkosten 160 T-Euro in 2020 (0,3% v. Umsatz)
Dieselkosten 123 T-Euro in 2021 (0,2% v. Umsatz)
Erdgaskosten 160 T-Euro in 2020 (0,3% v. Umsatz)
Erdgaskosten 263 T-Euro in 2021 (0,5% v. Umsatz)

- **Stromverbrauch** (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
- **Gasverbrauch** (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
- **Verbrauch von Trink- und Regenwasser** in m³
Gesamtkosten für Gas/Strom/Wasser 177 T-Euro in 2020 (0,3% v. Umsatz)
Gesamtkosten für Gas/Strom/Wasser 177 T-Euro in 2021 (0,3% v. Umsatz)
- **Papierverbrauch** in kg
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg
Verpackungsmaterial 72 T-Euro in 2020 (0,13% v. Umsatz)
Verpackungsmaterial 56 T-Euro in 2021 (0,10% v. Umsatz)

Im Berichtszeitraum haben wir folgende Punkte umgesetzt:

- Ersatz der Diesel-LKW durch gasbetriebene LKW
- Umstellung der Verpackungen in vielen Bereichen von Ein- auf Mehrwegverpackungen
- Rollwägen mit anderer Lösung zur Sicherung, bisher Folienumwicklung – die nun komplett ohne Folien erfolgen
- Bezug von Bio-Energie (Strom/Gas)

Verbesserungspotenziale / Ziele:

- Mittelfristige Umrüstung aller Diesel- / Gas-LKW durch E-LKW
- Weitere Optimierung der Verpackungen
- Hin zum Co² losen Unternehmen (Umsetzung der Maßnahmen aus dem Co²-Projekt)
- Installation von Thermo-Solar auf den Firmendächern
- Jährliche Ermittlung des ökologischen Fußabdruckes
- Längerfristig sehen wir im Transport der Waren zu uns einen erheblichen, ökologischen Handlungsbedarf. U.a. sollte die Bahn intensiver genutzt werden und auf der Beschaffungsseite wäre es wünschenswert, wenn die inhabergeführten Naturkost-Großhändler untereinander ihre Warenströme bündeln und verteilen würden.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Wir können bestätigen, dass wir nicht gegen Umweltauflagen verstoßen.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Auf der Website, im monatlichen Newsletter an die Kund*innen und auf der Facebook-Seite veröffentlichen wir aktuelle Pläne und Projekte mit den Lieferant*innen und stellen neben positiven Berichten auch kritische Informationen zur Verfügung.

Die wirtschaftlichen Daten (Bilanzen) veröffentlichen wir auf der Web-Seite des Bundesanzeigers (www.bundesanzeiger.de).

Selbstverständlich können unsere Berührungsgruppen sich auch direkt an unsere Mitarbeitenden oder an die Geschäftsleitung wenden und im persönlichen Gespräch die Dinge besprechen sowie erfragen, die von Interesse sind. Hierzu ist allerdings festzustellen, dass die Berührungsgruppen, die nicht mit uns im direkten Geschäftskontakt stehen, dieses Angebot noch nicht genutzt haben oder keinen Bedarf bisher gesehen haben.

Selbstverständlich nutzen die NKE-Geschäftsführer Podiumsdiskussionen und Veröffentlichungen in regionalen Magazinen sowie Zeitungen um das Unternehmen darzustellen und Fragen zu beantworten.

Neben den vorgenannten Kommunikationswegen werden ab jetzt und auch künftig die Gemeinwohlberichte veröffentlicht.

Die bereits dargestellten Kommunikationskanäle wurden im Berichtszeitraum immer aktuell und zu den vereinbarten Terminen mit Informationen bestückt.

Mehr Transparenz durch die Veröffentlichung des Gemeinwohlberichts und der Darstellung der Ziele, Maßnahmen und bereits erzielten Ergebnisse ist das, was wir uns für die Zukunft vornehmen.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Wir können bestätigen, dass wir keine falschen Informationen über unser Unternehmen verbreiten.

Im Berichtszeitraum erschien neben den vorgenannten Veröffentlichungen ein GWÖ-Bericht über unser Unternehmen im Faktor-Magazin.

4. GWÖ-Bewertung Berichtszeitraum 2020 / 2021

(Werte vom 22.9.2022)

Berührungsgruppe	Werte	Punkte
A: Lieferant*innen	A1: Menschenwürde in der Zulieferkette	3
	A2: Solidarität & Gerechtigkeit	3
	A3: Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	5
	A4: Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	5
B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	B1: Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	3
	B2: Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	8
	B3: Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	5
	B4: Eigentum und Mitentscheidung	1
C: Mitarbeitende	C1: Menschenwürde am Arbeitsplatz	5
	C2: Ausgestaltung der Arbeitsverträge	3
	C3: Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	3
	C4: Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	4
D: Kund*innen und Mitunternehmen	D1: Ethische Kund*innenbeziehungen	3
	D2: Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	8
	D3: Ökologische Auswirkungen durch Nutzung/Entsorgung v. Prod./Dienstl.	6
	D4: Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	3
E: Gesellschaftliches Umfeld	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	7
	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	7
	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	1
	E4: Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	3

Ausblick

5. Kurzfristige Ziele

In den Jahren 2022 und 2023 möchten wir uns einen Überblick darüber verschaffen, wo wir in der Gemeinwohl-Ökonomie stehen und wollen das Ziel inkl. Maßnahmen definieren, wo wir Naturkost Elkershausen im Bereich der GWÖ langfristig sehen.

6. Langfristige Ziele

Klare, langfristige Ausrichtung der Naturkost Elkershausen GmbH an den Zielen der Gemeinwohl-Ökonomie und unseren Zielen in diesem Bereich.

7. EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen

Der GWÖ-Berichtsstandard erfüllt die non-financial-reporting-Vorgaben, weil er universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditert ist. Da die Naturkost Elkershausen GmbH weniger als 500 Mitarbeiter*innen beschäftigt, sind die offenzulegenden Informationen nicht obligatorisch. Dennoch werden einige nicht-finanzielle Informationen in diesem Bericht offengelegt (siehe Unternehmensbeschreibung und Berichtsteile A-E bzgl. der einzelnen Informationsteile).

8. Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Folgende Mitarbeiter*innen und Stakeholder waren an der Erstellung der Gemeinwohlbilanz beteiligt:

Hermann Heldberg, Geschäftsführender Gesellschafter

Jonathan Mesecke, Geschäftsführer

Roland Marx, Steinbeis-Transferzentrum Nordhessen (Berater des Unternehmens)

Björn Johansson, Mitglied Lenkungsreis

Insgesamt wurden bisher ca. 250 Personen-Arbeitsstunden für die Vorbereitung und Erstellung des Gemeinwohlberichts aufgewendet.

Göttingen, 22. September 2022

Naturkost Elkershausen GmbH