

GEMEINWOHLBERICHT¹

UNTERNEHMEN

- Kartoffelkombinat eG
- Branche: Nahrungsmittel
- Rechtsform: eingetragene Genossenschaft
- Mitarbeiter (31.12.2014): 10 (FTE: ca. 4,4)
- Umsatz (2014): 347 T€
- Sitz: Durasweg 3, 81247 München
- Homepage: www.kartoffelkombinat.de
- Berichtszeitraum: 01.01.2014 – 31.12.2014 (Daten)
- 31.10.2015 (Ausblick)

TÄTIGKEITSBEREICH

Ziel unserer Genossenschaft "Kartoffelkombinat" ist es, eine unabhängige, selbstverwaltete und gemeinwohlorientierte Versorgungsgemeinschaft aufzubauen und die Mitglieder mit regional erzeugten, saisonalen, ökologischen Produkten sowie Dienstleistungen zu versorgen.

TÄTIGKEITSSCHWERPUNKTE

- **Versorgung der Genossen** mit hochwertigen Erzeugnissen aus ökologischem Anbau
 - Bereitstellung einer „Gemüsebox“: i.d.R. einmal wöchentlich eine Zusammenstellung von regionalem und saisonalem Gemüse. Der Inhalt wird von der Genossenschaft ausgewählt. Dabei wird eine vielseitige und ausgewogene Auswahl angestrebt.

¹ Grundlage ist die Gemeinwohl-Matrix Version 4.1 vom 01.04.2013

- o Diese Kiste wird derzeit überwiegend über lokale Abholstationen teilweise noch per Einzelanlieferung zugestellt.
- o Wir planen, diese aufwändige Logistik schrittweise durch weitere lokale Abholstationen und Verteilzentren weiter zu vereinfachen.
- o Optional liefern wir Biobrot aus einer befreundeten Bäckerei, sowie Apfelsaft, Mehl und Perlgetreide über den Einkauf bei unseren Kooperationsbetrieben.
- o Wir planen, unser Angebot und dessen Modularität schrittweise auszuweiten, sofern es zu unseren Zielen und Werten passt.
- Dazu kommt nach dem derzeitigen Stand der Vorüberlegungen in Frage: Obst, Imkereiprodukte, Pilze, weiterverarbeitete Erzeugnisse („Eingemachtes“), Zusätzliche Mengen von dem heutigen Angebot.
- **Gemeinschaftliche Aktivitäten**
 - o Über die Grundversorgung mit Lebensmitteln der Genossen hinaus gehören verschiedene gemeinschaftliche Aktivitäten zu unserem Angebot. Damit wollen wir uns sukzessive einer imaginären Dorfgemeinschaft innerhalb des Großraums Münchens annähern.
 - o Derzeit gehört dazu: Kino, Akademie, Hoffeste, Bücherei, Imkerei, Mitgärtnern und seit 2015 eine AG Flüchtlinge.
 - o Weiterer Ausbau von Gemeinschaft und Vernetzung (z.B. verleihen, schenken, tauschen, Veranstaltungen rund um die Verteilpunkte)

UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE

- **Genossenschaft als Gemeinschaft**
 - o Unsere Genossen sind keine Kunden, sondern Mitglieder einer Gemeinschaft.
 - o Die Beteiligung an den vielfältigen Aktivitäten der Genossenschaft ist grundsätzlich freiwillig. Wir erwarten aber eine rege Beteiligung an den Abstimmungsprozessen und eine Mindestpräsenz, z.B. Besuch der Generalversammlung, Besuch der Gärtnerei bei Hoffesten und/oder Veranstaltungen (mindestens einmal im Jahr).
- **Hauptziel** ist der Aufbau einer Versorgungsstruktur mit regional erzeugten, ökologischen Produkten sowie Dienstleistungen nach den Prinzipien gemeinschaftsgetragener Landwirtschaften und solidarischer Ökonomien.
- Wir wollen **faire Strukturen** für diese Zusammenarbeit und eine **gerechte Bezahlung** aller am System Beteiligten.

- Um dies sicher gewährleisten zu können, wollen wir den **Anbau und ggf. die Weiterverarbeitung und Distribution kontrollieren**. Deshalb wollen wir landwirtschaftliche Betriebe möglichst übernehmen und/oder in einer langfristigen Kooperation mit ihnen zusammenarbeiten.
- Wir orientieren uns dabei an den Prinzipien der solidarischen Landwirtschaft, d.h.
 - Aufteilung der Kosten und Erträge auf die Gemeinschaft
 - Planungssicherheit und Vorfinanzierung
 - Übernahme des Ernterisikos durch die Gemeinschaft (Ernteanteil)
 - Mitsprache der Genossen bei der Anbauplanung und weiteren Entscheidungen der landwirtschaftlichen Betriebe
- Wir orientieren uns an den Besonderheiten des Ballungsraums München
 - Daher werden wir auch neue Wege in der Angebotsgestaltung und Verteilung der Produkte gehen
- Unser Angebot soll für **weite Teile der Bevölkerung attraktiv** sein, d.h. es muss auch **bezahlbar bleiben** und soll preislich mit denen des hochwertigen Bioeinzelhandels vergleichbar sein.
- Gegenüber den Angeboten des Biohandels hat unsere Leistung aber einen klaren **Mehrwert**, z.B.:
 - Beteiligung an der (Werte-)Gemeinschaft und zivilgesellschaftliches Engagement
 - Selbstorganisierte Versorgungsstruktur
 - Frische durch kurze Transportwege und Entfall der Lagerhaltung
 - Lieferung über einen Verteilpunkt
 - Erzeugung nach den Prinzipien der Solidarischen Landwirtschaft
- Wir haben uns für die Gesellschaftsform der eingetragenen **Genossenschaft** entschieden. Vorteile:
 - Klare und transparente Strukturen, demokratische Grundsätze, jedes Mitglied hat eine Stimme, Alternative zum gewinnmaximierenden Unternehmen, keine klassische Kapitalgesellschaft, aber ein Wirtschaftsunternehmen
 - Eine Nachschusspflicht besteht nicht. Bei unserer Genossenschaft ist das Risiko der Genossen auf ihre Genossenschaftseinlage begrenzt.
- Das Kartoffelkombinat ist offen **für alle Teile der Bevölkerung**, die sich mit unseren Zielen und Werten identifizieren können.
 - In unserer Gemeinschaft dulden wir aber keine Mitglieder, die faschistisches oder extremistisches Gedankengut verbreiten.

- o Ebenso tolerieren wir keinerlei Diskriminierung, sei es nach Geschlecht, Hautfarbe, Religion, Nationalität, sexueller Orientierung oder politischer Ansicht.
- Wir verfolgen mit unserer Arbeit **auch politische Ziele**:
 - o Zukunftsfähiges, an langfristigen Zielen orientiertes Wirtschaften
 - o Nachhaltigkeit
 - o Generationengerechtigkeit
 - o Faire Entlohnung
- Unser Angebot ist **ausschließlich vegetarisch**. Unsere Gemeinschaft ist auch für Nicht-Vegetarier offen

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz 2014
Gemüse	95%
Brot	ca. 5%
Sonstiges (Apfelsaft, Getreide)	<1%

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Unser Weg zur GWÖ-Bilanz.

Bereits mit Gründung der Genossenschaft erfolgte eine klare Orientierung an den Ideen und Prinzipien folgender Grundhaltungen:

- Solidarische Landwirtschaft
- Gemeinwohlökonomie
- Postwachstumsökonomie

Auf einer außerordentlichen Genossenschaftsversammlung im Dezember 2013 hat die Genossenschaft ein Leitbild verabschiedet, das sich an diesen Zielen orientiert. Daher war auch von Anfang an klar, dass die Genossenschaft eine Gemeinwohlökonomie-Bilanzierung anstrebt. In 2014 haben Vorstand und Aufsichtsrat des Kartoffelkombinats beschlossen, an einer Peer-Evaluierung teilzunehmen. Seit Oktober 2014 beteiligen wir uns an der Peer-Evaluierung im ImpactHUB in München.

TESTAT

TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-
BILANZ 2014/15 für Kartoffelkombinat eG
BegleiterIn Nikolaus Teixeira



WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz	
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement					70 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement					80 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 60 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 40 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 60 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 70 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 40 %	
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmern	D1: Ethische Kundenbeziehung 90 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmern 70 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 90 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 40 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 70 %	
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 90 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 90 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 70 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 100 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 70 %	
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0 Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO 0 Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0	Feindliche Übernahme 0 Sperrpatente 0 Dumpingpreise 0	Illegitime Umweltbelastungen 0 Verstöße gegen Umweltauflagen 0 Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens 0 Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn 0 Umgehung der Steuerpflicht 0 Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0 Verhinderung eines Betriebsrats 0 Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0 Exzessive Einkommensspreizung 0	

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.gemeinwohl-oekonomie.org

Testat gültig bis 31.12.2017 BILANZSUMME 712

NEGATIVKRITERIEN

Hiermit bestätigen wir, dass wir keines der nachfolgenden Negativkriterien erfüllen:

- Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen/ Menschenrechte
- Menschenunwürdige Produkte (z.B. Tretminen, Atomstrom, GVO)
- Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen
- feindliche Übernahme
- Sperrpatente
- Dumpingpreise
- Illegitime Umweltbelastungen
- Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B. Grenzwerte)
- geplante Obsoleszenz
- Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens
- Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn
- Umgehung der Steuerpflicht
- unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitende Gesellschafter
- Verhinderung eines Betriebsrates
- Exzessive Einkommensspreizung
- Verschleierung von Beteiligungen und Tochterunternehmen
- Verschleierung von Finanzflüssen an Lobbyisten und Lobby-Organisationen/
Eintragung ins Lobbyregister der EU

GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

A 1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (Relevanz: hoch)

Ausgabenposten	Anteil*	Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung
Raumkosten (%)	0,1%	Nutzung der Räumlichkeiten in der Gärtnerei (sind in den Gemüsekosten enthalten) bzw. Nutzung von kostenfreien Räumen bei befreundeter Organisationen und Privatbüros
Reisekosten (%)	0,1%	nur Stadtverkehr (in Fahrzeugkosten enthalten)
Fahrzeugkosten (%)	3,5%	ausschließliche Benutzung von Car-Sharing- Fahrzeuge von StattAuto
Werbung (%)	1,1%	
Abschreibungen (%)	0,5%	
Telefon (%)	0,2%	wenig relevant (nur Handy, über Privatverträge)
Büromaterial (%)	0,6%	
Steuerberatung (%); Abschlusskosten	2,9%	Externer Dienstleister, Prüfungsverband der Genossenschaften
Sonstige Kosten (Porto, Zeitschriften, Bücher) (%)	0,2%	allgemein: Organisationskosten
Andere Kostenstellen		
Verbrauchsmaterial (Verpackung, Kisten und Gläser)	3,1%	Umweltverträgliche Materialien, Gemüseboxen aus Mehrweg-Kunststoff (Ökoring)
Buchführungskosten	2,9%	Steuerkanzlei und Personaldienstleister
Verbandskosten	0,4%	Genossenschaftsverband und SoLaWi
Gemüsekosten im Einkauf	73,7%	
Broteinkauf	6,1%	
Sonstiger Einkauf	4,7%	

Wir streben an, unsere Mitglieder mit Erzeugnissen aus eigenem Anbau oder eigener Herstellung sowie den dazugehörigen selbsterbrachten Dienstleistungen zu versorgen. Da unser Hauptziel die Versorgung der Mitglieder ist, haben wir entschieden, zunächst die Versorgungsstruktur als Musterstruktur für einen Großraum aufzubauen und unsere Produkte einzukaufen. Dabei arbeiten wir derzeit mit ausgewählten Partnern zusammen. Mit den Hauptpartnern haben wir dabei Abnahmevereinbarungen abgeschlossen. Diese Form der Zusammenarbeit wollen wir weiter ausbauen, mit dem Ziel, einen oder mehrere Betriebe vollständig zu übernehmen.

Unsere Hauptpartner (insgesamt mehr als drei Viertel unseres Einkaufsvolumens) sind im Gemüseanbau tätig (Gärtnereien oder landwirtschaftliche Betriebe). Die Auswahl der Partner erfolgte zunächst nach ökologischen, regionalen und saisonalen Gesichtspunkten. Alle Gemüselieferanten sind Naturland- oder Demeter-zertifiziert, beliefern uns ausschließlich mit saisonalen Produkten aus eigenem Anbau und sind im Umkreis von maximal 100 km um München angesiedelt.

Bei unserem Hauptgeschäftspartner (50% des Gemüseinkaufs) haben wir außerdem nach den Prinzipien der Solidarischen Landwirtschaft

- nach Bedarf das Saatgut vorfinanziert,
- durch pauschale Erntemengenberechnung das wirtschaftliche Risiko mitgetragen,
- und drei Gärtner zusätzlich zu ihrer Festanstellung in der Gärtnerei bei uns teilzeitangestellt, um bei ihnen insgesamt eine faire Entlohnung zu ermöglichen.

Diese Form der Zusammenarbeit war in unserer Aufbauphase leider noch nicht mit allen Partnern darstellbar (siehe nächste Punkte).

Unterstützt werden beispielsweise auch Betriebe mit hohem sozialen Wert wie die Naturland-zertifizierte Gärtnerei des Franziskuswerkes Schönbrunn, die überwiegend Behinderte beschäftigt. Partner werden auch unterstützt, wenn Ernten beispielsweise nicht in den Lebensmitteleinzelhandel geliefert werden können, weil sie optische Mängel aufweisen. Derartige Lebensmittel werden von den Genossen überwiegend gewünscht, um einer Lebensmittelvernichtung entgegenzuwirken. Beispielsweise ergab eine Umfrage unter den Genossen zur Übernahme eines Bestandes an Kartoffeln mit Silberschorf eine Zustimmung von 95%.

Die Verteilung unserer Produkte erfolgte bis Ende 2014 mit den Car-Sharing Fahrzeugen von Stattauto. STATTAUTO München ist mit dem Blauen Engel ausgezeichnet und ein sozialer Betrieb. Der Dienstleister versteht sich nicht nur als Car-Sharing-Anbieter, sondern als Ort und Instrument zur Förderung der beruflichen und sozialen Integration. Seit 2015 beliefern wir mit eigenen Fahrzeugen (s. C 3.2).

Durch den in 2014 erfolgten starken Ausbau der genossenschaftlich betriebenen Verteilpunkte konnte die individuelle Belieferung und damit die Anzahl der direkten Anfahrten weitgehend reduziert werden. Damit konnte die Ökobilanz der Anlieferung stark verbessert werden. Wir wollen dieses System der Verteilpunkte evtl. in Verbindung mit genossenschaftlich betriebenen Läden weiter ausbauen, um die CO₂-Belastung durch die Auslieferung weiter zu reduzieren. Ein vollständiger oder teilweiser Verzicht auf verbrennungsmotorisch angetriebene Anlieferung (Elektroantrieb mit Ökostrom, Hybridfahrzeuge, Fahrradsysteme, etc.) wurde von uns geprüft, war aber bislang weder betriebswirtschaftlich noch überhaupt praktikabel umsetzbar. Wir beobachten die technologische und wirtschaftliche Entwicklung aber sehr aufmerksam weiter (siehe D 3.1 und E 3.1).

In 2014 haben wir in einer Arbeitsgruppe, unterstützt durch mehrere Studenten verschiedener Universitäten und Hochschulen, den Energieverbrauch in Anbau, Verarbeitung, Lagerung und Verteilung untersucht. Dabei konnten durch Sofortmaßnahmen erhebliche Energieeinsparungen (z.B. 40 % bei der Kühlung des Gemüses im Sommer) realisiert werden. Mittel- bis langfristig wollen wir den Energieverbrauch möglichst komplett auf erneuerbare Energien umstellen. Die dazu notwendigen Investitionen werden wir jedoch erst dann tätigen können, wenn wir Eigentümer oder mindestens Pächter eines Betriebes sind. 2014 bezog unser Hauptpartner Ökostrom (Polarstern).

Unsere Werbung und Kommunikation haben wir weitgehend auf papierfreie, elektronische Kommunikation umgestellt. Beim Büromaterial verwenden wir möglichst recycelte Ware. Der Hauptposten ist dabei unser Hauptkommunikationsmittel "Kartoffeldruck". Das ist ein gefaltetes DIN A4 - Blatt, das den Gemüseboxen beigelegt wird (Auflage entspricht der wöchentlichen Haushaltsanzahl). Darin finden unsere Mitglieder Informationen über Anbau und Herkunft des gelieferten Gemüses sowie Rezepte und Neues aus der Genossenschaft und zu den generellen Entwicklungen/Hürden auf dem Weg zu einer nachhaltigen Gesellschaft.

Unser Bio-Bäcker Dieter Merkel hat für uns in seiner alteingesessenen Bäckerei Weyerer in München-Bogenhausen eine eigene Bio-Linie aufgezogen, in die all sein Wissen um gute, regional und saisonal produzierte Lebensmittel einfließt.

Die Genossenschaft ließ bis Ende 2014 die Personalbuchhaltung über die Steuerkanzlei Mörtl & Wende bearbeiten, die sich auf Bioläden, den Großhandel für Bioprodukte und verwandte Geschäftsideen spezialisiert hat. Die Kanzlei hat sich dem Leitgedanken „Ökologie und Ökonomie erfolgreich verbinden“ verschrieben.

Mit der Buchhaltung wurde bis Ende 2014 eine freiberufliche Buchhalterin beauftragt, die seit vielen Jahren die Buchhaltung unseres Partnerbetriebes verantwortet und zu diesem in einem besonderen Vertrauensverhältnis steht.

Seit 2015 erfolgen Personalbuchhaltung und Buchhaltung durch die Kanzlei Aschinger und Prüflinger. Der Steuerberater Aschinger ist ein Mitglied der Genossenschaft.

Die Jahresabschlüsse werden von der Solitax GmbH in Hamburg erstellt. Aufgrund der Kooperation mit dem Prüfungsverband der Deutschen Verkehrs-, Dienstleistungs- und Konsumgenossenschaften e.V. hat sich die Betreuung eingetragener Genossenschaften zu deren Schwerpunkt entwickelt. Dieses Know-How haben wir uns insbesondere in der Gründungsphase zu Nutze gemacht und damit auch in diesem Falle die preislich günstigere Alternative gewählt.

A 1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter P/D und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz: mittel)

Wie oben beschrieben, haben wir unsere Hauptpartner im Gemüseanbau zunächst nach ökologischen, regionalen und saisonalen Gesichtspunkten ausgewählt. Wir sind uns darüber bewusst, dass auch in den gewinnorientierten Betrieben der ökologischen Landwirtschaft erhebliche Defizite in Bezug auf eine soziale Gerechtigkeit bestehen. Die Gärtner wurden z.T. erheblich unter Mindestlohn bezahlt und werden auch nur saisonal beschäftigt. Inwieweit der für 2015 geltende Mindestlohn in landwirtschaftlichen Betrieben durchgesetzt wird, bleibt abzuwarten.

Ein weiteres Defizit der gewinnorientierten Gärtnereien ist die für uns nicht ausreichende Transparenz, durch die sich das Geschäftsgebaren dieser Betriebe auszeichnet. Diese Defizite der landwirtschaftlichen Betriebe sind überwiegend mit deren Struktur als eigentümergeführte Einzelunternehmen begründbar.

Die Betriebe leiden aber auch unter dem enormen Preisdruck, der durch den Groß- und Einzelhandel, aber auch durch das Einkaufsverhalten eines großen Teils der Konsumenten aufgebaut wird. Um hier entgegenzuwirken, hatten wir mit unserem Hauptpartner eine pauschale Erntemengenvereinbarung nach den Prinzipien der solidarischen Landwirtschaft geschlossen. Damit konnten wir dem Preisdruck entgegenwirken und eine faire Bezahlung der dort angestellten Gärtner ermöglichen. Für 2015 hatten wir angestrebt, die gesamte gärtnerische Fläche des Betriebes zu pachten. Damit hätten wir auch die unternehmerische Gesamtverantwortung des Betriebes (inkl. der Festanstellung der Gärtner) übernommen. Dabei hätten wir auch unsere Eigenversorgungsquote signifikant erhöht, d.h. wir wären weitgehend unabhängig von anderen Gemüselieferanten geworden.

Leider sind diese Pachtverhandlungen letztendlich auch daran gescheitert, dass wir uns mit unseren Vorstellungen eines gemeinwohlorientierten Wirtschaftens nicht durchsetzen konnten. Uns ist dabei aber deutlich geworden, dass wir unsere Prinzipien nur dann vollständig umsetzen können, wenn wir die gesamte Wert-schöp-

fungskette durch Kauf, Pacht oder entsprechende Liefervereinbarungen umfassend kontrollieren.

Für 2015 haben wir jetzt einen neuen Hauptpartner: Die Naturlandgärtnerei der Behindertenwerkstätten des Franziskuswerkes in Schönbrunn. Dieser Partner ist als soziale Einrichtung nicht so sehr dem Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Um trotzdem wirtschaftlich arbeiten zu können, ohne den Druck auf die Beschäftigten mit Einschränkungen erhöhen zu müssen, haben wir einen eigenen Gärtner bei der Genossenschaft angestellt, der den Betrieb in Schönbrunn mit Rat und Tat unterstützt.

Auch mit Schönbrunn streben wir eine langfristige Zusammenarbeit in Form einer Pacht an. Gleichzeitig suchen wir noch nach einem oder mehreren weiteren Betrieben zur Pacht oder zum Kauf, damit wir die Eigenversorgungsquote auf 100% erhöhen können. Vorgespräche dazu haben bereits stattgefunden, wir wollen aber die Erfahrungen aus der Zusammenarbeit der ersten Monate einfließen lassen, bevor wir in die Vertragsverhandlungen einsteigen.

A 1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (Relevanz: niedrig)

Faire Preisbildung in der Versorgung mit landwirtschaftlichen Produkten bedeutet heute, den enormen Wettbewerbs- und Preisdruck der durch die Versorgungsstruktur und leider auch durch das Konsumentenverhalten hervorgerufen wird, herauszunehmen oder zumindest zu mildern. Daher sprechen wir davon, dass unsere Produkte einen Wert und keinen Preis mehr haben. Unsere Mitglieder zahlen einen anteiligen Kostendeckungsbeitrag (halbjährlich im Voraus) und erhalten dafür einen Gemüseanteil. Nur so ist es uns überhaupt möglich, das Saatgut vorzufinanzieren und für eine faire Entlohnung aller am Wertschöpfungsprozess Beteiligten zu sorgen. Auf der ordentlichen Genossenschaftsversammlung in 2013 haben unsere Mitglieder nahezu einstimmig einer Erhöhung des Genossenschaftsbeitrags zugestimmt, um die Bezahlung der Beschäftigten zu verbessern.

B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

B 1.1 Institutionalisation (Relevanz: mittel)

Die Gründer des Kartoffelkombinats haben sich bei der Gründung entschieden, für alle Finanzdienstleistungen ausschließlich einen ethisch-nachhaltigen Dienstleister in Anspruch zu nehmen. Dieser Anspruch wurde vollständig umgesetzt.

B 1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz: niedrig)

In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
100	GLS Bank

Mit der GLS Bank verbindet uns eine enge partnerschaftliche Beziehung. So wurde das Kartoffelkombinat bereits mehrfach auf den Veranstaltungen der GLS Bank als „Musterprojekt“ vorgestellt.

B 1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz: hoch)

In % der Veranlagung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
100	GLS Bank

Unsere Geschäftsguthaben und auch die Genossenschaftseinlagen unserer Mitglieder sind auf normalen Geschäftskonten bei der GLS Bank angelegt. Wir betreiben kein gewinnorientiertes Finanzmanagement.

B 1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung (Relevanz: niedrig)

Eigenkapital	64 %-Anteil Gesamtkapital
Fremdkapital	36 %-Anteil Gesamtkapital (Rückstellungen, Verbindlichkeiten, keine Fremdfinanzierung)

In % der Finanzierung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
0	Keine Fremdfinanzierung

Das Kartoffelkombinat wird „behutsam“ und nachhaltig finanziert aufgebaut. Derzeit haben wir kein Fremdkapital aufgenommen. Rein betriebswirtschaftlich werden die Geschäftsguthaben ausscheidender Mitglieder sowie die gesetzlichen Rückstellungen und Verbindlichkeiten dem Fremdkapital zugeordnet. Dies spielt aber für die Betrachtungen im Rahmen des Gemeinwohlberichtes eine untergeordnete Rolle.

Die Genossen zahlen ihren Kostenbeitrag für die Gemüseboxen („Ernteanteil“) halbjährlich im Voraus. Dies gibt uns Planungssicherheit und ermöglicht uns, unsere

Partner - wenn gewünscht - ebenfalls im Voraus zu bezahlen. Damit entlasten wir unsere Partner vom finanziellen Druck.

Mitgliedern der Genossenschaft, die mit dieser Vorleistung finanzielle Probleme haben, ermöglichen wir eine monatliche Teilzahlung und/oder eine Beitragsreduzierung durch Eigenleistung (z.B. Mitgärtnern oder Verteilungsbetreiber).

Mitgliedern, die mehr leisten wollen oder die Gemüseboxen zu einem bestimmten Zeitpunkt nicht benötigen, bieten wir die Möglichkeit, die Box zu spenden (z.B. an Kinderhilfsprojekte oder an ein Flüchtlingscamp).

Als Genossenschaft unterliegen wir einer gesetzlichen Prüfung, die in unserem Fall vom Prüfungsverband der Deutschen Verkehrs-, Dienstleistungs- und Konsumgenossenschaften e.V., Hamburg 2014 vorgenommen wurde. Demnach ist die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Genossenschaft geordnet.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Allgemeines

-
- Aufschlüsselung aller Beschäftigten nach Beschäftigtengruppe, Beschäftigungsverhältnis (Art des Arbeitsvertrages) und nach Geschlecht (Istzustand 2015)
 - *Vorstände: 2 (1 Vollzeit, 1 Teilzeit 0,5), beide männlich, Dreijahresverträge*
 - *Gärtner: 1 Vollzeit, männlich, unbefristet*
 - *Verwaltung: 1 Teilzeit 0,5, weiblich, unbefristet*
 - *Auslieferungsfahrer: 4 (1 Teilzeit 0,4 unbefristet, 1 Minijob, 2 Freiberufler) 3 männlich, 1 weiblich*
 - *Packer: 3 (3 Minijob) 3 weiblich*
 - *Praktikanten (variabel)*
- Fehlzeiten nach Beschäftigtengruppen und – wenn anwendbar – Standort, im Branchenvergleich
 - *Wurde in der Aufbauphase noch nicht erfasst.*
- Hierarchieebenen mit Anzahl der Mitarbeiter pro Hierarchieebene und Diversitätskennzahlen (Frauenquote/ Behindertenquote)
 - *Das Kartoffelkombinat hat als Genossenschaft die vom Genossenschaftsgesetz vorgegebenen Hierarchiestufen Aufsichtsrat (3 Mitglieder, davon 1 weiblich) und Vorstand (2 Mitglieder, beide männlich)*

Die obigen Kennzahlen sind für ein Unternehmen in der Aufbauphase nur bedingt aussagefähig. In der Startphase wurden alle ersten Mitarbeiter zunächst nur als ge-

ringfügig Beschäftigte (sogenannte Minijobber) eingestellt. Das galt für die Vorstände, Gärtner, Fahrer, Packer. Mit steigendem Arbeitsanfall und gewachsenen wirtschaftlichen Möglichkeiten werden die Beschäftigungsverhältnisse in „normale“ Voll- oder Teilzeitarbeitsverhältnisse überführt, sofern dies auch im Interesse der Mitarbeiter ist. 2013 und 2014 wurden mit drei und 2015 mit zwei weiteren Mitarbeitern normale Arbeitsverträge abgeschlossen.

Alle Mitarbeiter können Mitglieder in der Genossenschaft werden, sofern sie dieses wünschen.

C 1.1 Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen² **(Relevanz: mittel)**

- Durchschnittlich in Anspruch genommene Fortbildungszeit pro MitarbeiterIn pro Jahr, nach Geschlecht und Beschäftigtengruppe (Grobeinteilung nach Position im Unternehmen)
 - o *In der Aufbauphase noch ohne Relevanz*

Unsere Organisationskultur und –struktur ist in unserem Leitbild beschrieben. Die „obere“ Struktur Genossenschaftsversammlung, Aufsichtsrat und Vorstand ist durch das Genossenschaftsgesetz vorgegeben und in unserer Satzung verankert. Vorstand und Aufsichtsrat haben darüber hinaus jeweils eine Geschäftsordnung, die Zuständigkeiten, Aufgabenverteilungen sowie die Rechte und Pflichten detailliert regeln. Weitere Hierarchiestufen haben wir in der jetzigen Unternehmensphase noch nicht.

Alle Mitarbeiter werden vom Vorstand eingestellt, die Vorstände vom Aufsichtsrat. Der Aufsichtsrat hat die gesetzliche Aufgabe, die Arbeit des Vorstandes zu kontrollieren. Er versteht sich darüber hinaus als Sparringspartner des Vorstands.

Der Vorstand arbeitet alle Mitarbeiter ein. In regelmäßig stattfindenden Teamsitzungen kann sich jedes Teammitglied vollumfänglich einbringen. Die Mitarbeiter können sich darüber hinaus jederzeit an die Vorstände wenden, die telefonisch, per Mail oder per SMS für die Mitarbeiter erreichbar sind. Die Kommunikation ist also sehr direkt und vertrauensvoll.

Die Jahresziele vereinbart der Vorsitzende des Aufsichtsrates mit den Vorständen. Der Vorstand bespricht die daraus abgeleiteten Aufgaben mit den Teammitgliedern in einer Klausurtagung.

Eine große Rolle spielen auch unsere ehrenamtlichen Mitarbeiter. Sie unterstützen bei Bedarf und/oder auf Wunsch unsere Gärtner bei der Ernte, das Packteam oder

² Konkret in den Dimensionen: Klarheit über Aufgaben und Verantwortlichkeiten (und ihre Grenzen), Wertschätzungskultur, Führungskultur, konstruktiver Umgang mit Problemen, Kommunikationskultur inkl. MA-Befragungen und Aus- und Weiterbildung.

helfen beim Einkochen oder bei Veranstaltungen wie z.B. bei Hoffesten oder der monatlich stattfindenden Kartoffelakademie.

Alle Mitarbeiter und Mitglieder der Genossenschaft haben die Möglichkeit, sich bei der Genossenschaftsversammlung und über unser internes Online-Forum über die Situation der Genossenschaft zu informieren, eigene Anliegen vorzutragen und Fragen zu stellen, wovon auch rege Gebrauch gemacht wird. In unserem Forum führen wir auch regelmäßig Mitgliederzufriedenheitsanalysen durch. Eine eigene Mitarbeiterzufriedenheitsanalyse haben wir noch nicht durchgeführt. Wenn dies bei steigender Mitarbeiterzahl sinnvoll erscheint, werden wir dies jedoch nachholen, sofern die Mitarbeiter dies wünschen.

Die Mitarbeiter können ihre Arbeit grundsätzlich selbständig gestalten. Bei Aufgaben wie Packen und Ausfahren sind diese Gestaltungsmöglichkeiten naturgemäß begrenzt. Außerdem sind viele Aufgaben wie die der Gärtner witterungs- und saisonabhängig. Unsere Gärtner und das Packteam arbeiten mit unserem Hauptkooperationspartner der Naturlandgärtnerei in Schönbrunn eng zusammen. Unsere Teams werden von den Mitarbeitern und den behinderten Beschäftigten unterstützt.

Bei internen Problemen wenden sich die Mitarbeiter direkt an den Vorstand. Bei Problemen mit dem Vorstand können sich die Mitarbeiter direkt an den Aufsichtsrat wenden. Dieser informiert sich aber auch regelmäßig direkt über die Situation der Mitarbeiter. Bei Bedarf wird auch eine Mediation angeboten. Das wurde bisher einmal in Anspruch genommen.

In der jetzigen Unternehmensphase werden noch keine Fortbildungsveranstaltungen angeboten.

C 1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (Relevanz: mittel)

In unserem Leitbild heißt es dazu: *„Die Mitarbeiter sollen für ihre Arbeit nach unseren **solidarischen Ansprüchen fair entlohnt** werden (d.h. deutlich über den diskutierten gesetzlichen Mindestlöhnen). Hauptberufliche Kräfte sollen von ihrem Arbeitsentgelt leben können und Beschäftigungsverhältnisse mit persönlicher Planungssicherheit haben.*

*Für die Umsetzung des Modells brauchen wir **gute und hochmotivierte Mitarbeiter**. Dafür wollen wir die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen.“*

Unsere Gehälter sind grundsätzlich transparent und können z.B. bei der Genossenschaftsversammlung erfragt werden. Ein Gehaltsschema war bei den bisherigen Einzelverträgen und geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen noch nicht relevant. Da

die Mitarbeiterzahl jedoch zunimmt, hat der Aufsichtsrat den Vorstand beauftragt, ein solches Konzept bis Mitte 2015 zu erstellen. Dies wurde fristgerecht umgesetzt.

Die Personalplanung des Unternehmens wird im Rahmen der Gesamtplanung auf der Generalversammlung den Mitgliedern und Mitarbeitern vorgestellt und zusätzlich auf den Teammeetings erörtert. Sollte sich die wirtschaftliche Situation der Genossenschaft, z.B. durch erhebliche Austrittszahlen, verschlechtern, müsste auch die Mitarbeiterzahl bzw. der Umfang der Arbeitsstunden reduziert werden. Bisher ist dies noch nicht vorgekommen und es wird auch für die nächste überschaubare Zeit nicht erwartet. Sollte diese Situation dennoch eintreten, würde dies allen Mitarbeitern in einem gemeinsamen Meeting erläutert werden - auch um Mitarbeitern, die über entsprechende Alternativen verfügen, die Möglichkeit zu geben, von sich aus Maßnahmen zu ergreifen oder um gemeinschaftliche Aktionen, z.B. gemeinschaftliche Reduktion der Arbeitszeiten und –entgelte erörtern zu können. Anschließend würde eine individuelle Klärung der jeweiligen Situation erfolgen, um auf die jeweilige besondere Situation eingehen zu können.

Alle angestellten Mitarbeiter erhalten als freiwillige soziale Leistung im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten wöchentlich eine Gemüsebox unentgeltlich.

C 1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz: mittel)

-
- Anzahl der Arbeitsunfälle, Langzeitkrankenstände und Frühpensionierungen infolge Arbeitsunfähigkeit nach Beschäftigtengruppe
 - o *noch keine entsprechenden Vorkommnisse*
- Durchschnittlicher Zeitumfang der in Anspruch genommenen Angebote zur freiwilligen, betrieblichen physischen und psychischen Gesundheitsvorsorge pro MitarbeiterIn pro Jahr, nach Geschlecht und Beschäftigtengruppe
 - o *In der Aufbauphase noch ohne Relevanz*

Die Aufbauphase unseres Unternehmens, in der wir uns immer noch befinden, wäre ohne das Engagement Ehrenamtlicher und ohne die z.T. unentgeltliche Mehrarbeit der ersten Beschäftigten nicht möglich. Auf die ehrenamtlichen Beiträge können und wollen wir nicht verzichten, da dadurch die Gemeinschaft und der Bezug zur Gärtnerei gefördert wird. Es ist jedoch erklärtes und durch den Aufsichtsrat vorgegebenes Ziel, die unentgeltliche Mehrarbeit der Beschäftigten schnellstmöglich in einen „Normalzustand“ zu überführen. Dazu wurden – wie schon beschrieben – die Verträge der Minijobber nach Möglichkeit und Wunsch in unbefristete Arbeitsverträge umgewandelt und die Bezahlung der Vorstände schrittweise an das Zielniveau herangeführt. Die derzeit noch zu hohe zeitliche Belastung der Vorstände muss ebenfalls deutlich reduziert werden.

Die Vorstände und die Verwaltungskraft arbeiten derzeit von einem Home-Office aus. Die anderen Mitarbeiter arbeiten im Gärtnereibetrieb bzw. in den Fahrzeugen. Die Gärtnerei und Packstation ist als Behindertenwerkstatt ergonomisch für die Branche vorbildlich gestaltet. Die Fahrer haben neue, moderne Fahrzeuge z.B. Navigationssysteme, Freisprecheinrichtungen, Fahrsicherheitssystemen, Parksensoren, etc.

Die freie Gestaltung der Arbeitszeit ist naturgemäß eingeschränkt. Die Gärtner folgen den durch Witterung und Saison vorgegebenen Anforderungen. Sie halten sich an eine Anbauplanung, die mit ihnen vereinbart wurde und aus der die Auslieferungsplanung folgt. Die Pack- und Auslieferungszeiten folgen daraus.

Ein Programm zur Gesundheitsvorsorge besteht noch nicht.

C 1.4 Gleichstellung und Diversität (Relevanz: mittel)

- Fluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht, sowie weiteren Diversitätskriterien (gegebenenfalls auch nach Niederlassung)
 - *In der Aufbauphase noch ohne Relevanz*
- Rückkehrquote (ab 12 Monate nach Wiedereinstieg)³ nach Elternkarenz nach Geschlecht
 - *In der Aufbauphase noch ohne Relevanz*
- Anteil von Frauen im gebärfähigen Alter bei Beförderungen
 - *In der Aufbauphase noch ohne Relevanz*

Dazu der folgende Auszug aus unserem Leitbild:

„Das Kartoffelkombinat ist offen für alle Teile der Bevölkerung, die sich mit unseren Zielen und Werten identifizieren können.

- *In unserer Gemeinschaft dulden wir aber keine Mitglieder, die faschistisches oder extremistisches Gedankengut verbreiten*
- *Ebenso tolerieren wir keinerlei Diskriminierung, sei es nach Geschlecht, Hautfarbe, Religion, Nationalität, sexueller Orientierung oder politischer Ansicht.“*

Und so wird es auch gelebt!

Seit dem Jahreswechsel 2015 werden im Rahmen der Gärtnerei unseres neuen Hauptkooperationspartners 20 Menschen mit geistiger Behinderung in den Arbeitsprozess eingebunden.

³ Um von einer tatsächlichen Rückkehr sprechen zu können, muss die gesetzlich vorgeschriebene Behaltefrist nach der Karenz deutlich überschritten sein und sich die Vereinbarkeit im Arbeitsalltag soweit bewährt haben, dass die Stelle nicht innerhalb eines Jahres nach der Rückkehr aufgegeben wurde.

C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

C 2.1 Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)

-
- Durchschnittliche Arbeitszeit je Beschäftigtem
 - *Alle Beschäftigungsverhältnisse gehen von einer Regelarbeitszeit von 40 Stunden aus. Teilzeitverträge sind entsprechend angepasst. Dies ist unter dem Branchendurchschnitt.*
- Quote der All-Inclusive-Arbeitsverträge
 - *Nur bei den Vorständen ist eventuelle Mehrarbeit mit dem Gehalt abgeleistet.*
- Geleistete Überstunden je MitarbeiterIn
 - *Mehrarbeit in den arbeitsintensiven Monaten kann durch Minderarbeiten in den Wintermonaten abgefeiert werden.*

Generell ist zu sagen, dass die Arbeit und Arbeitszeit in einer Gärtnerei von den natürlichen Gegebenheiten mit abhängt. Die Arbeitszeit wird jetzt im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen (Mindestlohngesetz) durch Selbstaufschreibung erfasst.

C 2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) (Relevanz: mittel)

-
- Zeitarbeitsquote
 - 0
- Teilzeitquote
 - 3 von 5 mit Normalarbeitsvertrag Beschäftigten
- Neueinstellungen
 - 3 Neueinstellungen (Übernahme von Minijobbern)

Grundsätzlich streben wir flexible Arbeitszeiten an, wobei den Wünschen der Betroffenen im Rahmen der betrieblichen Möglichkeiten weitgehend Rechnung getragen wird. Teilzeitarbeit ist in allen Bereichen möglich und wird angeboten.

C 2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz: mittel)

Durch die angebotene Teilzeitarbeit, haben die Mitarbeiter hier Gestaltungsspielraum. Es besteht aber dennoch Nachholbedarf. Insbesondere die Vorstände leisten erhebliche Mehrarbeit und sind durch ihre ständige Erreichbarkeit erheblich belastet. Dies muss mittelfristig geändert werden. Weiterbildungen werden hierzu noch nicht angeboten.

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

C 3.1 Ernährung während der Arbeitszeit (Relevanz: hoch)

Den Mitarbeitern wird als Brotzeit Gemüse, Brot und Saft aus dem eigenen Angebot kostenlos offeriert. Das Angebot ist gemäß der Grundsätze des Kartoffelkombinats ausschließlich vegetarisch und überwiegend vegan und kommt aus regionalem, saisonalem und biologischem Anbau. Die Mitarbeiter erhalten darüber hinaus wöchentlich eine kostenlose Gemüsebox zur persönlichen Verwendung.

Selbstverständlich steht es jedem Mitarbeiter frei, sich darüber hinaus nach individuellen Wünschen zu ernähren. Darüber erheben wir keine Daten und werden dies auch zukünftig nicht tun.

Ehrenamtlich tätige Genossen werden i.d.R. mit einem gemeinsamen Essen mit Gemüse aus dem eigenen Anbau versorgt.

C 3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch)

Gärtnereien liegen nur sehr selten direkt neben Haltestellen des ÖPNV. Auch unsere Partnergärtnerei liegt sehr weit außerhalb und ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln nur sehr schwer bzw. nicht zu den betriebsnotwendigen Zeiten zu erreichen. Für direkte Anreise mit dem Fahrrad liegt die Gärtnerei ebenfalls zu weit außerhalb der Münchner Innenstadt, wo die meisten festangestellten Mitarbeiter ihren Wohnsitz haben. Um die ökologische Belastung dennoch so gering wie möglich zu halten, wird derzeit folgendes Verfahren praktiziert:

Die Mitarbeiterinnen des Packteams haben eine Fahrgemeinschaft organisiert. D.h. sie treffen sich an einer Haltestelle des ÖPNV in der Stadt und fahren zu dritt oder zu viert gemeinsam mit einem PKW zur Gärtnerei.

Mit Beginn des Jahres 2015 haben wir unsere Auslieferungen auf eigene Fahrzeuge (statt bisher Car-Sharing) umgestellt. Dies ist sinnvoll, weil wir so die Fahrzeuge nach der Auslieferung mit den leeren Kisten an vereinbarten Treffpunkten stehen lassen können. Bei einem Car-Sharing hätten wir die Fahrzeuge an den meisten Tagen entladen zurückgeben müssen. Das hätte bedeutet, dass die Fahrzeuge zur Entladung ca. 40 bis 50 km zur Gärtnerei und leer wieder zur Autoabgabestelle hätten gefahren werden müssen. So können jetzt die jeweiligen Fahrer die Fahrzeuge an den vereinbarten Treffpunkten übernehmen, die sie mit dem ÖPNV oder dem Fahrrad bequem erreichen können.

Diese eigenen Fahrzeuge werden auch für die Dienstfahrten anderer Mitarbeiter nach Schönbrunn genutzt. Diese werden i.d.R. mit sowieso notwendigen Lieferfahr-

ten kombiniert, sodass hierbei möglichst keine zusätzliche Belastung anfällt. Die Fahrzeuge sind verbrennungsmotorisch angetriebene Transporter, da bezahlbare Alternativen mit Elektro-, Hybrid-, oder Wasserstoffantrieb leider noch nicht angeboten werden.

Sofern die eigenen Fahrzeuge nicht zur Verfügung stehen, werden Car-Sharing-Fahrzeuge von STATAUTO genutzt. Bei allen größeren Veranstaltungen des Kartoffelkombinats wird für Mitarbeiter und Mitglieder ein Shuttle-Service von der nächstgelegenen S-Bahn zur Gärtnerei angeboten.

Durch die überwiegend im Home-Office erfolgende Tätigkeit der Vorstände und Verwaltungsmitarbeiter wird darüber hinaus die Anzahl der überhaupt notwendigen Fahrten erheblich reduziert.

Derzeit wird noch eine Leihfahrradstation an der S-Bahn aufgebaut. Mitglieder der Genossenschaft haben hierfür ausrangierte Fahrräder gestiftet. Sobald diese hergerichtet sind, werden sie Mitarbeitern und Mitgliedern, die die Gärtnerei erreichen wollen, kostenlos zur Verfügung gestellt.

Flugreisen fallen derzeit nicht an. Für weite Anreisen, z.B. zu Netzwerk-Treffen, wird die Bahn genutzt.

C 3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (Relevanz: mittel)

Bedingt durch die strikt ökologische Ausrichtung des Kartoffelkombinats haben sich bei uns auch nur Mitarbeiter beworben, die hinter diesem Ansatz stehen. Unsere Ziele und Werte sind für jeden Mitarbeiter und für jedes Mitglied transparent in unserem Leitbild dargelegt, das auch für jeden Mitarbeiter verbindlich ist. Diesem Leitbild ist auch zu entnehmen, dass es uns nicht nur um die Versorgung unserer Mitglieder mit ökologischem Gemüse geht, sondern dass wir auch den politischen Anspruch verfolgen, einen Beitrag zum Aufbau eines anderen, gemeinwohlorientierten Wirtschaftsmodells zu leisten.

Darüber hinaus werden die Mitarbeiter und Mitglieder regelmäßig über unsere Kommunikationsmedien (Newsletter, Internet, internes Forum im Internet, etc.) informiert und geschult. U.a. wird dabei auch regelmäßig auf andere Veranstaltung zu ökologischen Themen hingewiesen. Den Gemüseboxen werden gelegentlich Flyer beigelegt, die die Genossen und Mitarbeiter auf aktuelle Themen und Veranstaltungen zu politischen und ökologischen Themen hinweisen (z.B. TTIP).

Schließlich haben wir eine eigene Bildungsveranstaltung, die Kartoffelakademie, die regelmäßig, d.h. einmal im Monat stattfindet und ökologische Themen als Schwer-

punkt hat. Diese Veranstaltung ist für Mitarbeiter, Mitglieder und interessierte Gäste offen. Die Kartoffelakademie wurde von der UNESCO mit dem Preis „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ ausgezeichnet. In 2015 wird es noch eine Veranstaltung der Kartoffelakademie zum Thema Gemeinwohlökonomie geben und wir werden dabei die Mitglieder und Mitarbeiter über den Prozess und unseren Bericht informieren.

Die Mitarbeiter haben zusätzlich ein monatliches Teammeeting. Dabei wird über den Status des Kartoffelkombinats und über anstehende Aufgaben und Ziele diskutiert.

In 2014 haben Mitarbeiter und fachkundige Genossen, unterstützt durch mehrere Studierende, die ihre Abschlussarbeiten dabei angefertigt haben, die Abläufe in Bezug auf Anbau, Lagerung, Transport und Auslieferung untersucht. Dabei wurde insbesondere nach Ansätzen zur Verbesserung der Ökobilanz gesucht. Ad hoc-Maßnahmen wurden insbesondere im Bereich der Kühlung gefunden und unmittelbar umgesetzt.

Die gesamten Ergebnisse der insgesamt fünf wissenschaftlichen Arbeiten wurden im Rahmen zweier Veranstaltungen der Kartoffelakademie vorgestellt und diskutiert.

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

C 4.1 Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (Relevanz: hoch)

Das Kartoffelkombinat strebt grundsätzlich eine faire Entlohnung für alle am Prozess beteiligten Mitarbeiter an, die unseren solidarischen Ansprüchen genügt (Leitbild). D.h. konkret, dass alle festangestellten und geringfügig Beschäftigten gemessen an ihrem Branchendurchschnittslohn ein überdurchschnittliches Gehalt bekommen. Um den weiteren Ausbau der Genossenschaft wirtschaftlich zu ermöglichen, haben dabei die beiden Vorstände auf einen Teil ihres ihnen zustehendes Zielgehaltes von sich aus verzichtet. Auch dadurch bedingt, beträgt die Spreizung zwischen dem geringsten und dem höchsten FTE (= Full Time Equivalent)-Gehalt derzeit etwa 1:2 bis 1:3. 1:3 wird dann auch die Spreizung betragen wenn, bei weiterem Ausbau der Genossenschaft, die Vorstände ihr Zielgehalt erreicht haben.

C 4.2 Mindesteinkommen (Relevanz: mittel)

Unsere Fahrer erhalten eine Tagespauschale, die umgerechnet einem Stundenlohn von 10 bis 11 € entspricht, was in etwa ein monatliches Bruttoeinkommen von 2.000 € bedeutet. Dies ist überdurchschnittlich für Fahrer, aber trotzdem ist sehr schwierig in der Region München, damit ein auskömmliches Monatseinkommen zu erreichen. Dies ist wiederum auf die absurde Situation auf dem Mietmarkt München zurückzuführen. Es ist für ein Wirtschaftsunternehmen allerdings sehr schwer, solche irrationalen Auswüchse des freien Marktes auszugleichen.

C 4.3 Transparenz und Institutionalisierung (Relevanz: niedrig)

Die Gehälter, auch die der Vorstände, sind für Mitglieder der Genossenschaft und damit auch für die Mitarbeiter, die Mitglied sind, transparent. D.h. konkret die Mitglieder haben das Recht, auf der Generalversammlung nach der Gehaltshöhe zu fragen und erhalten mündlich Antwort. Davon wurde auch Gebrauch gemacht. Dabei wurde auch konkret angeregt, das Einkommen der Vorstände anzuheben.

Die Höhe der Einkommen wird zwischen Mitarbeiter und Vorstand verhandelt. Die Höhe der Einkünfte des Vorstandes wird zwischen dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats und dem Vorstand verhandelt und vom Aufsichtsrat beschlossen.

Der Vorstand hat ein Gehaltskonzept für das Kartoffelkombinat erarbeitet, das vom Aufsichtsrat beschlossen wurde.

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

C 5.1 Grad der Transparenz (Relevanz: niedrig)

Die gewählte Rechtsform der eingetragenen Genossenschaft erfordert bereits ein hohes Maß an Transparenz. So wird z.B. der Jahresabschluss geprüft und veröffentlicht. Mitglieder und Mitarbeiter erhalten direkte Informationen über die Gewinn- und Verlustrechnung, die Bilanz sowie über die Finanzplanungen für die kommenden Jahre.

Vor wichtigen Entscheidungen (z.B. Pachtvertrag) wird die zugrunde liegende Kalkulation mit den Mitarbeitern mit Einsicht in alle Daten (inklusive der internen Kostenrechnung) besprochen.

Die bisherigen Monatsabrechnungen wurden den Mitarbeitern nicht zur Einsicht zur Verfügung gestellt. Die Abrechnungen waren in hohem Maße erklärungs- und interpretationsbedürftig. Mit Beginn des Jahres 2015 wurde die Abrechnung auf ein neues Verfahren umgestellt. Sobald das eingespielt ist, können die Mitarbeiter, die das wünschen, darauf zugreifen.

Ein direkter Zugriff der Mitarbeiter auf Vorstands- und Aufsichtsratsprotokolle ist nicht vorgesehen. In den Protokollen werden auch Fragen behandelt, die aus Gründen des Daten- und Persönlichkeitsschutzes nicht veröffentlicht werden dürfen. Ein Weglassen dieser Themen mindert die Qualität der Protokolle oder würde zu einem System mit öffentlichen und nichtöffentlichen Teilen oder zur Schwärzung von entsprechenden Passagen führen. Ein solches System lehnen wir ab.

In unserem internen Forum haben Mitglieder und Mitarbeiter direkten Zugriff auf die wichtigsten Dokumente der Genossenschaft (Satzung, Leitbild, Geschäftsordnung

von Vorstand und Aufsichtsrat, Protokolle der Generalversammlung, Ergebnisse der Mitgliederzufriedenheitsanalysen).

Zu wichtigen Themen finden hier auch Umfragen (z.B. Annahme einer Spende eines Unternehmens) und Diskussionen (z.B. "Wie politisch soll das Kartoffelkombinat sein?") statt.

C 5.2 Legitimierung der Führungskräfte (Relevanz: mittel)

Die Legitimation der Führungskräfte ist durch unsere Satzung geregelt, die den Vorgaben des Genossenschaftsgesetzes folgt.

Die Generalversammlung wählt den Aufsichtsrat und dieser bestellt den Vorstand. Aufsichtsrat und Vorstand müssen sich vor der Generalversammlung verantworten und werden von dieser entlastet. Mitarbeiter sind in diesen Prozess eingebunden; entweder als stimmberechtigtes Mitglied der Genossenschaft oder als nicht stimmberechtigter Teilnehmer der Generalversammlung.

Die weiteren Mitarbeiter werden vom Vorstand in Absprache mit dem Aufsichtsrat eingestellt. Es gibt derzeit keine Führungsebene unterhalb des Vorstandes.

C 5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (Relevanz: hoch)

Die Entscheidungen werden in den Gremien der Genossenschaft (Generalversammlung, Aufsichtsrat, Vorstand) getroffen.

Die Entscheidungskompetenzen und -verantwortungen sind dabei vom Gesetz vorgegeben und in der Satzung bzw. den Geschäftsordnungen umfassend und transparent geregelt. Bei allen wichtigen Entscheidungen (z.B. Abschluss eines Pachtvertrages mit einer Gärtnerei) werden die Mitarbeiter in Teammeetings einbezogen. Die Mitglieder der Genossenschaft und damit auch die Mitarbeiter, die Genossen sind, können darüber hinaus in themenbezogenen Arbeitsgruppen (z.B. Leitbild, EDV-Konzept, GWÖ) mitwirken. Bei besonders wichtigen Entscheidungen (z.B. Verabschiedung des Leitbilds) wird eine außerordentliche Generalversammlung einberufen.

Diese Prozesse werden flankiert durch eine interne Kommunikation, z.B. Informationsveranstaltungen der Akademie ("Wie funktioniert eine Genossenschaft?"), Umfragen und Diskussionen im Forum, Hinweise im Kartoffeldruck, etc.

Dieser oben beschriebene Entscheidungsprozess gilt auch für die Frage der Verwendung eines Jahresüberschusses. Über den entscheidet – wie im Gesetz geregelt – die Generalversammlung auf Antrag des Aufsichtsrates. Die Mitarbeiter sind daran

stimm- oder teilnahmeberechtigt gemäß ihrem Status in der Genossenschaft. Das Kartoffelkombinat ist nicht gewinnorientiert. Der Jahresüberschuss wurde bisher immer auf das neue Jahr übertragen.

Formal werden alle Beschlüsse nach dem Mehrheitsprinzip getroffen. Allerdings wird dabei ein Konsens angestrebt. „Kampfabstimmungen“ hat es noch nicht gegeben.

C 5.4 Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen (Relevanz: mittel)

Die Mitglieder der Genossenschaft sind auch deren Gesellschafter. Die Mitarbeiter können jederzeit Mitglieder der Genossenschaft werden, sofern sie das wünschen. Die Mitarbeiter werden vom Vorstand auch ermuntert, der Genossenschaft beizutreten. Eine Zwangsmitgliedschaft für Mitarbeiter besteht nicht und ist auch nicht beabsichtigt. Es gibt auch Mitarbeiter, die eine Mitgliedschaft bewusst ablehnen, solange sie beim Kartoffelkombinat angestellt sind.

Bei mittlerweile über 700 Genossen ist der Anteil der 10 angestellten Mitarbeiter deutlich unter 10%. Eine Steigerung des Anteils ist – bei unserem Geschäftsmodell – weder möglich noch sinnvoll. Die Mitarbeiter können keinen höheren Anteil bekommen, als andere Mitglieder der Genossenschaft. Da wir einerseits für die Finanzierung der solidarischen Landwirtschaft möglichst viele Teilnehmer brauchen, die einen Ernteanteil bezahlen, und wir diese Teilnehmer bewusst verpflichten, nach einer Testphase der Genossenschaft beizutreten, haben wir auch relativ viele Genossen.

Da wir andererseits als möglichst schlanke Organisation die Anzahl der Angestellten begrenzen wollen, kann der Anteil der Mitarbeiter, die Eigentum am Unternehmen haben, unmöglich auf das hier von der GWÖ angestrebte Niveau angehoben werden.

Im Bereich der Mitarbeiterbeteiligung ist diese GWÖ-Wertung für Verbrauchergenossenschaften überhaupt nicht nachvollziehbar. Vorbildlich wäre es demnach, wenn Mitarbeiter 76-100% des Eigentums halten. Bei einer Genossenschaft wird dies gemessen anhand der Anzahl der Mitarbeiter an den stimmberechtigten Genossen. Bei 700 Genossen müssten wir also 532 (arbeitsrechtlich) mitarbeitende Genossen haben, um in die Spitzengruppe vorzudringen.

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

D 1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch)

Als Verbrauchergenossenschaft sind alle „Kunden“ auch Mitglieder. D.h. konkret, ein neuer Interessent durchläuft zunächst eine sechswöchige Testphase, in der er einen Beitrag bezahlt, der dem Mitgliedsbeitrag entspricht. Danach muss er sich entscheiden. Ein weiterer Bezug unseres Angebotes ohne gleichzeitige Mitgliedschaft in der Genossenschaft ist nicht möglich. Der umgekehrte Fall ist vorgesehen, nämlich eine Mitgliedschaft ohne wöchentlichen Bezug der Gemüsebox (Fördermitgliedschaft).

Jedes neue Mitglied erkennt mit seiner Mitgliedschaft unsere Satzung sowie unser Leitbild an. Darin sind auch unsere Ziele und Werte verankert. Z.B.:

„Wir verfolgen mit unserer Arbeit auch politische Ziele:

- *Zukunftsfähiges, an langfristigen Zielen orientiertes Wirtschaften*
- *Nachhaltigkeit*
- *Generationengerechtigkeit*
- *Faire Entlohnung“*

„Wir sind eine demokratische Gemeinschaft und wünschen eine rege Beteiligung an unseren Entscheidungs- und Meinungsbildungsprozessen.“

Dieser Anspruch wird auch weitestgehend umgesetzt. Und zwar nicht nur in dem dafür vorgesehenen satzungsmäßigen Organ, der Generalversammlung, sondern auch bei anderen Veranstaltungen (z.B. Hoffeste und der Kartoffelakademie) und vor allem in unserem nur Mitgliedern zugänglichen Forum im Internet. Hier finden auch regelmäßige Abstimmungen zu Fragen statt, die die Genossenschaft und ihre Mitglieder tangieren (z.B. Akzeptanz eines Produktes mit optischen Mängeln, Annahme einer Spende von einem kommerziellen Unternehmen, etc.)

Unser Angebot entspricht unserem Hauptziel, der *„Versorgung unserer Genossenschaftsmitglieder mit regional erzeugten, ökologischen Produkten sowie Dienstleistungen“* und konkret der *„Versorgung der Genossen mit hochwertigen Erzeugnissen aus ökologischem Anbau“*. Dies erfolgt durch *„Bereitstellung einer „Gemüsebox“: i.d.R. einmal wöchentlich eine Zusammenstellung von regionalem und saisonalem Gemüse. Der Inhalt wird von der Genossenschaft ausgewählt. Dabei wird eine vielseitige und ausgewogene Auswahl angestrebt“* (Auszüge aus dem Leitbild).

Unsere „Kunden“ werden also nicht nur informiert, sondern bestimmen mit. Viele Mitglieder arbeiten ehrenamtlich in Teilprozessen gemeinsam mit angestellten Mitarbeitern. Strukturen und Prozesse der Mitglieder- und Mitarbeiterbeteiligung sind u.a. auch dadurch fest in unserem Unternehmen verankert.

Einen Verkauf haben und brauchen wir nicht. Wir betreiben auch kein Marketing im klassischen Sinne und haben dafür auch kein Budget. Wir betreiben allerdings Öffentlichkeitsarbeit. Fernseh- und Radiosender, Dokumentarfilmer und Zeitungen berichten regelmäßig über unsere Arbeit. Wir beteiligen uns an Veranstaltungen und treten als Gastdozenten auf. Dadurch fragen Interessenten bei uns an und können wie oben beschrieben Mitglieder der Genossenschaft werden.

D 1.2 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: niedrig)

Unser Hauptprodukt, die wöchentliche „Gemüsebox“ wird im Prinzip durch eine jährliche Anbauplanung festgelegt, die den Genossen bekannt gegeben wird. Im Prinzip heißt dies, dass hierbei natürlich durch Witterungseinflüsse, Schädlingsbefall und andere äußere Gegebenheiten Änderungen erfolgen können.

In der Beilage zu unserer Gemüsebox, dem Kartoffeldruck, wird die Herkunft des jeweiligen Inhalts der Box vollständig bekannt gegeben. Abweichungen von der Planung, sowie gelegentlich vorkommende optische Mängel werden offen dort sowie in unserem Forum kommuniziert.

Unsere Produkte haben keinen Preis, sondern einen Wert. Die Mitglieder zahlen einen Mitgliedsbeitrag, der durch die Generalversammlung festgelegt wird. Die zu Grunde liegende Kalkulation wird dabei offen gelegt. Beispielsweise haben die Mitglieder 2013 eine Erhöhung des Mitgliedsbeitrags beschlossen, um die Gehälter der Mitarbeiter anheben zu können.

Es gibt Sonderregelungen für Mitglieder, die nicht den vollen Beitrag leisten können (Ratenzahlungen, Reduktion durch Mitarbeit, kleinere Box, zeitweiliges Aussetzen, etc.).

Unsere Mitglieder müssen sich mit unseren Zielen und Werten identifizieren:

„Das Kartoffelkombinat ist offen für alle Teile der Bevölkerung, die sich mit unseren Zielen und Werten identifizieren können. In unserer Gemeinschaft dulden wir aber keine Mitglieder, die faschistisches oder extremistisches Gedankengut verbreiten. Ebenso tolerieren wir keinerlei Diskriminierung, sei es nach Geschlecht, Hautfarbe, Religion, Nationalität, sexueller Orientierung oder politischer Ansicht“

(Auszug aus dem Leitbild)

Wer dagegen verstößt, kann nach unserer Satzung ausgeschlossen werden. Das ist aber bisher nicht vorgekommen.

D 1.3 Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung (Relevanz: mittel)

Die Produktgestaltung (=Anbauplanung) wird vom Vorstand in enger Absprache mit den gärtnerischen und landwirtschaftlichen Betrieben erstellt. Die Anbauplanung wird auf einer Akademieveranstaltung vorgestellt und diskutiert. Die Wünsche und Vorlieben der Genossenschaft werden zusätzlich durch Umfragen im Forum ermittelt und fließen in die Planung ein. Eine anfänglich gewünschte, noch stärkere und aktuellere Abstimmung über den Kisteninhalt, hat sich aufgrund der hohen Komplexität der zu berücksichtigenden Parameter (Fruchtfolgen, Bodenbeschaffenheit, Schädlingsbefall, etc.) so nicht realisieren lassen. Wir werden aber künftig die Anbauplanung in Workshops mit interessierten Mitgliedern durchführen, um eine noch stärkere Beteiligung zu ermöglichen.

Die gesamte Arbeit des Vorstands wird durch den Aufsichtsrat kontrolliert, der in dieser Hinsicht das Vertretungsorgan der Mitglieder ist.

D 1.4 Service-Management (Relevanz: mittel)

Der geplante Kisteninhalt wird montags im Forum bekannt gegeben. Abweichungen, wie Feiertagsregelungen werden dort sowie per Mail und/oder im Kartoffeldruck kommuniziert. Bei individuellen Fehlern, die z.B. bei der Kistenbestückung oder –auslieferung immer wieder mal vorkommen, können sich die Betroffenen per Anruf, Mail oder SMS an eine Organisationskraft oder auch direkt an den Vorstand wenden. Zusätzlich können sie im Forum auf diesen Fehler hinweisen. Die Betroffenen erhalten i.d.R. eine angemessene Entschädigung in der darauffolgenden Lieferung.

Kritik an oder Fragen zur Qualität werden i.d.R. durch die Gärtner direkt oder durch den Vorstand beantwortet. Wir binden unsere Mitglieder durch die hohe Qualität unserer Produkte sowie durch unsere weiteren Aktivitäten (z.B. Mitgärtnern, Kartoffelclub für Kinder, Feste und Informationsveranstaltungen) ein.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

D 2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (Relevanz: mittel)

Wir arbeiten mit anderen Unternehmen, u.a. im Netzwerk „Solidarische Landwirtschaft“, zusammen. Diese sind jedoch für uns keine Wettbewerber, da ja alle regional auftreten und wir in unserer Region ein Alleinstellungsmerkmal haben. Andere „Wettbewerber“ wie Abokisten, Wochenmärkte, Hofläden, allgemein Bio-Produkte könnten wir als Konkurrenten sehen, aber

...wir versuchen nicht in den klassischen Konkurrenz-/Wettbewerbslogiken zu denken, da wir alle für einen Systemwandel antreten und uns daher eher kooperativ verhalten möchten. (Auszug aus unserem Leitbild)

Konkret bedeutet das, dass wir unser Knowhow an Unternehmen und Initiativen weitergeben, die etwas Ähnliches aufziehen wollen. Wir helfen auch Unternehmen, die in anderen Branchen tätig werden wollen, aber unsere Werte und Ziele teilen. Dabei sind z.B. unsere Erfahrungen bei der Anmeldung und dem Aufbau einer Genossenschaft sowie unsere Kenntnis bei der Konzepterstellung und Geschäftsmodellrechnung gefragt. Beispieliniciativen hierfür sind: Kerndl-Kreis, Biotop-Oberland, Rewig Allgäu.

Negative Erfahrungen haben wir daher bisher nicht gemacht. Wir planen, diesen Austausch künftig über einen gemeinnützigen Verein zu organisieren. Damit wird der Austausch über Förderungen und Spenden, ggf. auch über Gebühren und Beiträge gegenfinanziert. Wir beteiligen uns auch an Informationsveranstaltungen und Tagungen und tragen dort über unsere Erfahrungen und Erkenntnisse offen vor.

D 2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (Relevanz: hoch)

Solidarisches Handeln betrifft in erster Linie unsere Partnerbetriebe. So unterstützen wir unseren Hauptpartner, in dem dort ein bei uns angestellter Gärtner mitarbeitet. Anderen Partnern haben wir durch Vorauszahlungen, zinslose Darlehen und Abnahmegarantien geholfen. Sicher würden wir auch versuchen, direkten Mitunternehmern bei Schwierigkeiten gemäß unseren Möglichkeiten zu helfen. Dies ist aber bedingt durch unsere junge „Branche“ noch nicht vorgekommen. Allerdings würden wir immer darauf achten, dass dabei unser eigenes Unternehmen nicht gefährdet wird. Wir unterstützen den Verband „Solidarische Landwirtschaft“ durch unseren Mitgliedsbeitrag.

Der weitere Ausbau der Kooperation wird über den o.g. Verein erfolgen.

D 2.3 Kooperatives Marketing (Relevanz: mittel)

Wie bereits ausgeführt, betreiben wir kein Marketing im klassischen Sinne. Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit planen wir ebenfalls über den Verein zu organisieren. Andere Unternehmen, die unsere Werte und Ziele teilen, können dem Verein beitreten.

Derzeit planen wir gemeinsam mit den anderen Mitgliedern unserer Peer-Group die Gründung eines Vereins, um für die gemeinwohlorientierte Unternehmensführung mehr Aufmerksamkeit zu erzeugen.

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

D 3.1 Produkte/Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz: hoch)

Unser Hauptprodukt, das Gemüse, stammt ausschließlich aus Bio-Betrieben, die alle Naturland- oder Demeter-zertifiziert sind. Unser Brot stammt aus einer Bio-Bäckerei. Die Gärtnereien werden saisonal bewirtschaftet, d.h. sie werden nur im „Notfall“ (Nachtfrost im Frühjahr) beheizt, um die jungen Pflanzen zu schützen. Die Bewirtschaftung erfolgt mit verbrennungsmotorisch angetriebenen Maschinen, wobei deren Anteil in unserem Hauptpartnerbetrieb, der Naturlandgärtnerei des Franziskuswerkes in Schönbrunn, durch den Einsatz von Handarbeit der vielen geistig behinderten Beschäftigten reduziert werden konnte.

Ein Teil des Gemüses wird zwischen der Ernte bzw. Anlieferung und dem Packen in einem Kühlcontainer zwischengelagert, was für den Erhalt der frischen Qualität unverzichtbar ist.

Die Auslieferung erfolgt mit verbrennungsmotorisch angetriebenen Transportern.

Das Kartoffelkombinat hat eine Arbeitsgruppe „Energie“ gegründet. In mehreren Studien-, Diplom-, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten wurde der Energie- und Ressourceneinsatz bei der Erzeugung und Auslieferung unserer Produkte untersucht, bewertet und zahlreiche Hinweise auf Verbesserungen erarbeitet.

An dieser Stelle kann nur auf einige Ergebnisse hingewiesen werden:

Vermeidung langer Transportwege

Wir verwenden nur regional angebautes Gemüse (Umkreis <100 km). Wir sind derzeit in Gesprächen, in der Nähe unseres Hauptpartners in Schönbrunn weitere landwirtschaftlich nutzbare Fläche zu pachten, um dort in Eigenregie Ackergemüse anzubauen. Dies würde den Transportaufwand weiter reduzieren, und außerdem würden

wir dadurch derzeit für den konventionellen Anbau von Energiepflanzen genutzte Fläche wieder der ökologischen und diversifizierten Landwirtschaft zuführen.

Vermeidung bzw. Reduzierung von Beheizung und Kühlung

Durch den weitgehenden Verzicht auf eine Beheizung der Gewächshäuser sparen wir viel Energie gegenüber anderen vergleichbaren Betrieben ein. Untersuchungen haben gezeigt, dass der Energieaufwand durchaus noch durch den vermehrten Einsatz erneuerbarer Energien reduziert werden kann. Dies konnten wir in unserer jungen Geschichte und wegen des Wechsels des Partnerbetriebes jedoch nicht leisten. In der langfristigen Planung ist jedoch der Aufbau einer Bürgerenergiegenossenschaft vorgesehen, wodurch die für den Einsatz der erneuerbaren Energien notwendige Grundlast gesichert werden könnte.

Durch unsere Saisonalität haben wir hierbei einen relativ geringen Energieaufwand, den wir durch gute Planung, verbesserte Kühlungen und Verdunstungskühlung in den Fahrzeugen weiter reduzieren konnten.

Reduzierung des Energieaufwandes und der Emissionen bei der Auslieferung

Zur Auslieferung setzen wir moderne, abgasreduzierte Transporter ein. Um die Fahrstrecken und die Anzahl der Motorenstarts zu reduzieren, haben wir Verteilpunkte eingerichtet. Dort werden mehrere Kisten (zwischen 2 und 40) angeliefert. Unsere Mitglieder können die Kisten dort fußläufig oder auf dem Nachhauseweg abholen. Einzelanlieferungen finden nur noch in Ausnahmefällen (z.B. Behinderung, ungünstige Lage zu Verteilpunkten) statt. Anlieferungsfahrzeuge mit alternativen Antrieben haben wir gesucht, sie werden leider kaum und zu nicht vertretbaren wirtschaftlichen Bedingungen angeboten. Durch die Umstellung von im Car-Sharing gemieteten auf eigene Fahrzeuge konnten wir die Anzahl der Leerfahrten (Fahrt zur Gärtnerei mit dem leeren Fahrzeug, Fahrten zur Gärtnerei mit leeren Kisten, Fahrt mit dem leeren Fahrzeug zu den Abgabestellen) erheblich reduzieren. Alternative Auslieferungskonzepte, z.B. mit Einsatz muskelbetriebener Fahrzeuge haben wir untersucht. Wir sind dabei zu der Überzeugung gelangt, dass sich diese bei unseren Volumen und Gewichten sowie unter den Bedingung des Großraumes München nicht wirtschaftlich und sozial vertretbar umsetzen lassen.

Verringerung des Verpackungsaufwandes

Die Auslieferung erfolgt in Kunststoffmehrwegkisten. Durch einige Projekte konnten wir den Einsatz zusätzlicher Verpackungen immer weiter reduzieren. Z.B.:

- Verzicht auf die branchenüblichen Plastikfolien zur Kistenabdeckung (30.000 Folien/a Einsparung)
- Reduzierung der zusätzlichen Verpackung von empfindlichen Gemüse in Plastiktüten um ca. 50% (Einsparung von 30.000 Tüten/a)

Derzeit verwenden wir noch 30.000 Tüten für besonders empfindliches Gemüse und für Gemüse mit losen Blättern (Rucola, Feldsalat, Postelein). Wir untersuchen aktuell mehrere Alternativen, von denen etliche wegen der Hygienevorschriften oder wegen einer insgesamt gesehen schlechteren Ökobilanz ausscheiden. Im Test sind gerade wiederverwertbare Baumwolltücher.

Vermeidung von Plastikfolien in der Gärtnerei

Gärtnereiüblich werden Plastikfolien zur Bodenabdeckung als Unkrautvermeidungsmaßnahme eingesetzt. Wir stellen das gerade mit großem Erfolg auf Mulch um.

In anderen Teams der Gärtner und Mitglieder der Genossenschaft wurden weitere Maßnahmen erarbeitet, die insgesamt zur Reduktion des Ressourcenverbrauchs oder zur Erhaltung der ökologischen Vielfalt beitragen. Auch hierzu können nur einige Beispiele genannt werden:

Reduktion von üblicherweise nicht verwertbarem Gemüse

Überschüssige Mengen an Sommergemüse (insbesondere Tomaten und Gurken) werden mit Hilfe von ehrenamtlich tätigen Helfern aus der Genossenschaft verarbeitet und eingekocht. Diese Aktion bereichert unsere Kisten im Winter und vermeidet, dass Überschussgemüse – wie sonst üblich – vernichtet werden muss. Gemüse mit optischen Mängeln, die auch der Biogroß- und –einzelhandel nicht abnimmt (krumme Gurken, kleine Salatköpfe, etc.), kommen bei uns noch in die Kiste und werden nicht – wie sonst oft üblich – kompostiert oder untergepflügt.

Ökologische Aspekte in der Anbauplanung

Erhaltung und Ausbau der Biodiversität durch den Anbau von Arten und Sorten, die üblicherweise auch im Biohandel nicht mehr angeboten werden.

Anbau auch samenfester Sorten. Dazu wurden die Mitglieder in mehreren Vorträgen der Kartoffelakademie für das Thema sensibilisiert, weil dazu bei manchen Produkten gewisse Ertragsrückgänge akzeptiert werden müssen. Der Anbau samenfester Sorten ist bei uns noch im Versuchsstadium. Wir werden diesen Bereich aber schrittweise weiter ausbauen.

Unterscheidung der Produkte des Kartoffelkombinats hinsichtlich ökologischer Aspekte im Vergleich zu anderen Anbietern:

Die Vorteile gegenüber dem konventionellen Gemüseanbau und Verteilung über Supermärkte liegt in unserem ökologischen Anbau. Dessen Vorteile müssen an dieser Stelle sicherlich nicht mehr extra betont werden.

Gegenüber den Bioläden bieten wir u.a. die Regionalität und Saisonalität sowie die transparenten Strukturen und fairen Bedingungen unter denen unsere Produkte hergestellt werden.

Von anderen Anbietern von Gemüseboxen unterscheiden wir uns durch unseren genossenschaftlichen und gemeinwohlorientierten Ansatz.

Die meisten anderen Mitglieder des Netzwerkes „Solidarische Landwirtschaft“ (kurz „SoLaWi genannt) haben ein anderes Unternehmenskonzept. Wir wollen mit unserem Modell zeigen, dass der Aufbau einer alternativen, ökologischen Versorgungsstruktur für eine Großstadt möglich ist, und zwar mit einem professionell geführten, genossenschaftlich organisierten und - mit den Maßstäben der Gemeinwohlökonomie gemessen - auch wirtschaftlich erfolgreichen Unternehmen. Wir setzen auch auf den ehrenamtlichen Einsatz unserer Genossen für viele ergänzende Tätigkeiten, aber die Kernprozesse laufen mit Profis, die für ihre Arbeit fair bezahlt werden. Schwerpunkt unserer Tätigkeit ist die Versorgung mit Lebensmitteln, daher kaufen wir bei Bedarf auch von anderen Unternehmen dazu, die unsere wichtigsten Normen und Werte teilen.

Von fast allen anderen Anbietern der Branche unterscheiden wir uns dadurch, dass wir uns nicht nur als Gemüselieferant verstehen, sondern einen konsequent politischen Ansatz verfolgen. Wir verfolgen mit unserer Arbeit auch politische Ziele, für die hier die Stichworte Gemeinwohlökonomie, Postwachstumsökonomie mit Suffizienz und Subsistenz genügen sollen. Konkret verfolgen wir diese Ziele u.a. durch unsere Veranstaltungen (z.B. Kartoffelakademie), durch Beteiligungen an anderen Veranstaltungen (z.B. Klimaherbst, Bildungscamp), Mitmachaktionen (z.B. Mitgärtnern, Einkochen), etc.

Die direkten und indirekten Auswirkungen unserer Tätigkeiten sind erheblich und überraschen uns selbst immer wieder. Etliche Fernseh- und Radiosender (BR, ZDF) haben z.T. mehrmals über uns berichtet.

Nahezu alle Münchner und viele überregionale Zeitungen und Zeitschriften haben Artikel über uns verfasst. Diese Medienaufmerksamkeit und unsere Vorträge haben viele dazu angeregt, unserer Genossenschaft beizutreten, eine eigene solidarische Landwirtschaft zu gründen oder ganz allgemein unser Geschäftsmodell auf andere Gebiete zu übertragen.

In etlichen wissenschaftlichen Arbeiten wurde untersucht, wie sich unser Ansatz gesellschaftlich auswirkt. Auch hierzu können an dieser Stelle nur einige Beispiele genannt werden:

Der Eintritt in unsere Genossenschaft führt dazu, dass sich die einzelnen Mitglieder viel mehr mit ökologischen Themen beschäftigen und dass sich dies – im ökologischen Sinne – positiv auch auf andere Lebensbereiche auswirkt, die wir zunächst gar nicht ansprechen (z.B. Bekleidung, Reisen, etc.).

Unser Geschäftsmodell und unsere Strukturen (Genossenschaft, Leitbild, transparente Geschäftsmodellrechnung) werden auch in wissenschaftlichen Arbeiten als vorbildlich gewürdigt und anderen zur Nachahmung empfohlen.

D 3.2 Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum (Relevanz: mittel)

Viele Aspekte hierzu wurden bereits an anderen Stellen in diesem Text besprochen. Zusammenfassend sei an dieser Stelle hingewiesen auf:

Die Verwertung von Erzeugnissen, die im „normalen“ (leider auch Bio-) Handel als nicht vermarktbar deklariert und vernichtet würden. Stichwort: Taste the Waste

Die möglichst vollständige Verwertung der Lebensmittel. In unsere Rezepten und Veröffentlichungen weisen wir immer wieder darauf hin, z.B. auch Schalen oder Möhrengrün, zu verwerten.

Thematisierung von Suffizienz und Subsistenz in unseren Veranstaltungen und unseren Kommunikationsmedien (einige Beispiele werden im nächsten Abschnitt genannt werden).

Alle dafür geeigneten Verpackungen (Kisten, Einmachgläser, Kräutertöpfchen) sind auf Mehrweg ausgelegt.

In unserem Forum (Internet, nur für Mitglieder) haben wir einen Bereich Schenken, Leihen, Tauschen und Verkaufen eingerichtet. Dort können Mitglieder Sachen, die sie nicht mehr benötigen, anbieten und andere nach Sachen fragen, die sie gerade (auch zeitweise) brauchen.

D 3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz: mittel)

Die Kommunikation über ökologische Aspekte erfolgt über alle unsere Kommunikationswege:

Kartoffeldruck

In diesem wöchentlichen Faltblatt, das den Gemüseboxen beigelegt wird, beschreiben wir den Inhalt der Boxen (inkl. Herkunfts- und Haltbarkeitsangabe), liefern wir Rezepte, geben Hinweise auf eigene und relevante fremde Veranstaltungen und

thematizieren immer wieder aktuelle Themen mit politischem und ökologischem Bezug (Beispiele: TTIP, Landgrabbing, GVO, Pestizide, Artensterben).

Forum

In unserem bereits mehrfach angesprochenem Forum thematisieren wir natürlich auch unsere Erzeugnisse, Nutzer tauschen Rezepte aus, wir weisen auf relevante Filme und Fernsehbeiträge hin, aber die Nutzer diskutieren auch über politische Themen (z.B. „Wie politisch soll/darf/muss das Kartoffelkombinat sein“), über fast philosophische Themen (z.B.: „Wie ethisch einwandfrei lebt Ihr?“) und natürlich über Fragen zu unserer Organisation (z.B. Satzung, Leitbild, aktuell die Zusammenarbeit mit einer katholisch geprägten Organisation, dem Franziskuswerk).

Veranstaltungen

Die mit dem Preis „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ der UNESCO ausgezeichnete Kartoffelakademie findet einmal im Monat statt und steht Mitgliedern, Mitarbeitern und Interessenten offen. Beispielhaft seien hier einige Themen der letzten beiden Jahre genannt:

- Das Konzept der Nachhaltigkeit vs. der Ideologie des Wachstums
- Unsere Welt aus Plastik
- Gesundheitsbezogene Lebensqualität, Glück und erfolgreiches Altern
- Die Burnout-Gesellschaft – wachsen bis zur Selbstzerstörung?
- Vegan essen
- Die Energieversorgung des Kartoffelkombinats
- Gesunde Lebensmittel – Ernährung aus elektrochemischer Sicht
- Wie funktioniert eine Genossenschaft?
- Veranstaltung zum Buch „Anständig Leben“ (Sarah Schill)
- Samenfeste und hybride Pflanzen: Theoretische Grundlagen und praktische Beispiele der Gärtner
- Die Gesamtenergiebilanz des Kartoffelkombinats und Optimierungspotenziale
- Einkaufstraining Supermarkt (Verbraucherberatung)
- Die neue do-it-yourself-Bewegung
- Ausreichend biologische Lebensmittel für alle 7 Milliarden Menschen auf unserem Planeten?
- Die große Transformation – Klimaschutz als Weltbürgerbewegung
- Bienen in der Stadt

Daneben gibt es Veranstaltungen für Kinder (Kartoffelclub), ein Kartoffelkino (z.B. „10 Milliarden – wir werden wir alle satt?“) und eine Bücherei.

Mitmachaktionen

Durch diese Gemeinschaftsaktionen für unsere Genossen können wir nicht nur unsere Möglichkeiten erweitern, sondern wir wollen gerade auch den Großstädtern ei-

nen Bezug zur gärtnerischen Arbeit und Verarbeitung von Lebensmitteln vermitteln. Beispiele: Mitgärtnern, Mitpacken, Einkochen, etc.

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

D 4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen (Relevanz: hoch)

Die Informationen über die Produkte erfolgen auf verschiedenen Wegen: In Papierform (Kartoffeldruck), Internet (Forum, Homepage), Facebook. Bei besonders wichtigen Informationen erfolgt ein direktes Anschreiben aller Genossen via E-Mail. Für Rückfragen steht eine Festnetzbüronummer und diverse Mobilnummern zur Verfügung. Außerdem haben alle Teammitglieder eine persönliche Mailadresse (xxx.@kartoffelkombinat.de), über die sie jederzeit kontaktiert werden können. Somit werden auch Mitglieder, die mit der Kommunikation in sozialen Netzwerken nicht so vertraut sind oder denen kritisch gegenüber stehen, sicher erreicht und können sich einbringen.

Unsere Produkte werden i.d.R. über Verteilpunkte ausgeliefert. Sollte dieser Verteilpunkt für ein Mitglied nicht zugänglich sein oder zu weit entfernt sein, kann eine individuelle Anlieferung erfolgen, d.h. unsere Fahrer übergeben dann die einzelne Kiste direkt oder stellen sie an einem vereinbarten Platz ab.

Unsere Gärtnerei ist eine Einrichtung für Behinderte und daher grundsätzlich behindertengerecht ausgebaut. Inwieweit eine Beteiligung körperlich Behinderter an Gemeinschaftsaktionen möglich ist, hängt von der Art der Behinderung ab und muss im Einzelfall besprochen werden.

In unserem Leitbild haben wir unsere Zielgruppe und die dazugehörigen Vorgaben der „Preis“-gestaltung definiert:

Unser Angebot soll für weite Teile der Bevölkerung attraktiv sein, d.h. es muss auch bezahlbar bleiben. Es soll preislich mit denen des hochwertigen Bioeinzelhandels vergleichbar sein. Gegenüber den Angeboten des Biohandels hat unsere Leistung aber einen klaren Mehrwert, z.B.:

- *Beteiligung an der Gemeinschaft*
- *Selbstorganisierte Versorgungsstruktur*
- *Frische*
- *Lieferung*
- *Erzeugung nach den Prinzipien der Solidarischen Landwirtschaft*

Damit ist gewährleistet, dass unser Angebot für die meisten Einkommenschichten erschwinglich ist. Für Menschen mit geringerem Einkommen bieten wir Erleichterungen:

Auf Antrag ist ein monatlicher Einzug – statt halbjährlicher Zahlung – möglich.

Die Mitgliedschaft kann ganz oder zeitweise in eine Fördermitgliedschaft umgewandelt werden, d.h. das Mitglied bekommt dann keine Gemüselieferung mehr, bleibt aber Teil der Gemeinschaft mit allen Beteiligungsmöglichkeiten und Rechten.

Der Monatsbeitrag kann durch besondere Mitarbeit reduziert oder ganz erlassen werden.

Derzeit erarbeiten wir noch ein System, mit dem finanziell besser gestellte Mitglieder schwächere Mitglieder unterstützen können (Spendenkiste).

Derzeit können Mitglieder, die zeitweise ihre Kiste nicht benötigen, die Kisten auch an soziale Einrichtungen spenden oder sie im Forum anderen Mitgliedern anbieten. Die Spendenkiste gehen derzeit im Wechsel an die Kinderbetreuung Arche, die Obdachloseneinrichtung Teestube und an die Flüchtlingsaufnahmestelle Bayernkaserne. Aktuell planen wir eine weitere Kooperation mit dem Franziskuswerk in Schönbrunn, um den dort untergebrachten Flüchtlingen einen Zugang zu frischem Gemüse und eine Mitwirkung in der Genossenschaft zu ermöglichen.

Insgesamt sehen wir, dass unser Angebot Menschen anspricht, die i.d.R. gut ausgebildet und gut informiert sind. Unser Ziel ist aber, alle Bevölkerungsschichten zu erreichen. Davon sind wir noch ein Stück weit entfernt. Durch die Spendenkiste und sprachlich vereinfachte Darstellungen wollen wir das verbessern. Daran arbeiten wir noch.

D 4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (Relevanz: mittel)

Dieser Abschnitt ist für uns nicht zutreffend, da wir derzeit kein B2B-Geschäft betreiben.

D5 ERHÖHUNG DES SOZ. UND ÖKOLOG. BRANCHENSTANDARDS

D 5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette (Relevanz: hoch)

Das Kartoffelkombinat hat sich zur Orientierung an den Prinzipien der solidarischen Landwirtschaft verpflichtet. Hierzu heißt es in unserem Leitbild:

Wir orientieren uns dabei an den Prinzipien der solidarischen Landwirtschaft, d.h.

- *Aufteilung der Kosten und Erträge auf die Gemeinschaft*
- *Planungssicherheit und Vorfinanzierung*
- *Übernahme des Ernterisikos durch die Gemeinschaft (Ernteanteil)*
- *Mitsprache der Genossen bei der Anbauplanung und weiteren Entscheidungen der landwirtschaftlichen Betriebe*

Wir streben dabei eine faire Partnerschaft oder eine - natürlich freundliche - Übernahme der landwirtschaftlichen Betriebe an:

Um dies sicher gewährleisten zu können, wollen wir den Anbau, ggf. Weiterverarbeitung und Distribution kontrollieren. Deshalb wollen wir landwirtschaftliche Betriebe möglichst übernehmen und/oder in einer langfristigen Kooperation mit ihnen zusammenarbeiten. Wir wollen faire Strukturen für diese Zusammenarbeit und eine gerechte Bezahlung aller am System Beteiligten.

(aus unserem Leitbild)

Damit tragen wir dazu bei, die sozialen und ökologischen Branchenstandards in der Landwirtschaft weiter zu erhöhen. Wir tun dies auch dadurch, dass unsere Partner Naturland- oder Demeter-zertifiziert sind.

Mit Unternehmen und Initiativen, die ähnliche Ziele verfolgen, arbeiten wir freundschaftlich zusammen. Wir sind Mitglied im Netzwerk „Solidarische Landwirtschaft“ und beteiligen uns an anderen Netzwerktreffen und Initiativen alternativer Bäuerlicher Betriebe (z.B. „Unser Land“).

Wir helfen Start-ups, die etwas Ähnliches wie das Kartoffelkombinat oder eine vergleichbare Genossenschaft in anderen Branchen aufziehen wollen durch Weitergabe von Knowhow.

D 5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz: mittel)

Diese Beiträge sind integraler Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Deshalb können auch hier wiederum nur Beispiele genannt werden:

Wir sind aktives Mitglied im Verein „Taste of Heimat“ (Initiator: Filmemacher Valentin Thurn). Vereinsziele sind:

- *regionale Lebensmittel zugänglicher machen und in die Mitte der Gesellschaft bringen, insbesondere solche, die ressourcenschonend produziert wurden*
- *regionale bäuerliche Lebensmittelproduktion und –vermarktung sowie eine tierfreundliche Landwirtschaft stärken und so die Wertschöpfungskette für Mensch, Tier & Natur in der Region fair und nachhaltig mitgestalten*

- *Transparenz und Qualitätsbewusstsein fördern und so Vertrauen und Verantwortung herstellen*
- *Akteure zusammenzubringen, die am selben Thema, aber oft genug nebeneinander und nicht miteinander arbeiten*
- *die Ernährungspolitik zurück in die Regionen und auf die kommunale Ebene holen*
- *die Gründung eines "Ernährungsrates" initiieren, der sich als unabhängiges Gremium langfristig für die strukturelle Stärkung einer regionalen Lebensmittelversorgung einsetzt und den Dialog zu Qualität und Nachhaltigkeit verstetigt*
- *aufklären, inwiefern unser Konsumverhalten eng mit den Problemen der Welternährung zusammenhängt*

Ein Förderverein zum Kartoffelkombinat wird gerade gegründet. Der Verein hat den Zweck u.a. Folgendes zu unterstützen:

Entwicklungs- und Forschungsprojekte im Bereich des ökologischen Landbaus – im besonderen der biologischen Wirtschaftsweise – und damit verbundenen Bereichen; Erforschung von Rahmenbedingungen einer Postwachstumsgesellschaft und Erarbeitung von gemeinwohlorientierten Subsistenzkonzepten für eine regionale Versorgungsstruktur unter besonderer Berücksichtigung des urbanen sowie des ländlichen Raumes

Wir beteiligen uns aktiv z.B. am Münchner Klimaherbst (durch Vorträge) am Tollwoodfestival und an Veranstaltungen von Green City (mit Informationsständen). Damit wollen wir unseren Ansatz bekannt machen, zur Nachahmung anregen, insgesamt zur Hinterfragung des konsumorientierten Wachstums beitragen und zu einem nachhaltigen Lebensstil auffordern.

Und nicht zuletzt: Wir führen eine Peer-Evaluation zur Gemeinwohlökonomie durch und wollen mit gemeinsamen Initiativen mit unseren Partnern dazu beitragen, die Leitlinien der GWÖ bekannter zu machen.

D 5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz: hoch)

Erhöhung der Branchenstandards ist inhärenter Bestandteil der Unternehmenspositionierung (> 90%)

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

E 1.1 Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz: hoch)

Top 5 angebotene Produkte/ Dienstleistungen (in % des Umsatzes)	Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist es lebensnotwendig? (Dient es dem einfachen Leben, einem guten Leben, oder ist es Luxus?)	Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/ Erde	Negative mögliche/ tatsächliche Folgewirkung der P/D
Gemüse (95%)	Grundbedarf Nahrung, dient dem einfachen guten Leben	Ökologischer Anbau (Naturland) überwiegend aus einer Behindertengärtnerei	Verbrennungsmotorische Antriebe in Produktion und Verteilung
Brot (ca. 5%)	Dto.	Ökologische Herstellung (Sauerbrot, vegan)	Beheizung der Öfen mit Öl und Gas, Verteilung s.o.
Sonstiges (Apfelsaft, Getreide) (< 1%)	Dto.	Ökologischer Anbau	Verbrennungsmotorische Antriebe in Produktion und Verteilung

Unsere Produkte gehören als Grundnahrungsmittel zu den Grundbedürfnissen für eine suffiziente Lebensführung. Sie werden in ökologischen Betrieben hergestellt. Die Arbeit in unserem Hauptpartnerbetrieb erfolgt unter Einbeziehung geistig behinderter Menschen, denen damit eine sinnstiftende Beschäftigung ermöglicht wird.

Das eigentliche Produkt Gemüse erfüllt den einfachen Nutzen des Grundbedürfnisses nach Nahrung. Produktbegleitend erfolgt über unsere bereits beschriebenen Medien (Kartoffeldruck, Forum, E-Mail, Facebook, Akademie) eine intensive Auseinandersetzung über die Produkte, ihren Anbau und ihre Verarbeitung. Die zahlreichen Verarbeitungshinweise und Rezepte fördern z.B. die Akzeptanz der für viele ungewohnten Saisonalität. Die Lieferung erfolgt wahlweise in drei mengenmäßigen Optionen (für Singles, Paare, Mehrpersonenhaushalte). Die Mengen und Produkte sind so abgestimmt, dass sie die ausreichende Basis für eine einfache, selbstgekochte, frische und vegetarische Ernährung bieten. Die Rezepte regen auch zu einer nahezu vollständigen Verwertung der Nahrungsmittel an, z.B. unter Einbeziehung der Kohlrabiblätter.

Die Hinweise sowie Angebote zum Mitmachen (Mitgärtnern, Einkochaktion, gemeinsame Kochabende, etc.) dienen nicht nur der Produktion und Nahrungsaufnahme, sondern vermitteln auch Gemeinschaftsgefühl und Austausch mit Gleichgesinnten sowie den Bezug zur Herstellung der Lebensmittel. Insofern ist das auch ein mehrfacher Nutzen.

Unser Angebot ist – wie schon im Abschnitt D beschrieben – preislich so gestaltet, dass es für nahezu alle Bevölkerungsgruppen tragbar ist. Für sozial besonders benachteiligte Menschen bieten wir die Möglichkeit, den Monatsbeitrag teilweise oder auch vollständig durch aktive Mitarbeit zu reduzieren. Aktuell unterstützen wir Flüchtlinge durch Spendenkisten. Einer spontan aus den Reihen unserer Mitgliedschaft entstandenen privaten Initiative zur Versorgung der Flüchtlinge in Ungarn haben wir unsere Fahrzeuge zur Verfügung gestellt. Wir haben auch eine „Arbeitsgemeinschaft Flüchtlinge“ in der Genossenschaft gegründet. Diese wird sich mit um die Integration der Flüchtlinge kümmern, die in der Nähe unserer Gärtnerei auf dem Gelände des Franziskuswerkes leben. Z.B. werden hierfür interkulturelle Veranstaltungen geplant.

Persönliches Wachstum/Entwicklung der Menschen: Die Lieferung der Gemüsekiste und der dazugehörenden flankierenden Dienstleistungen ist der erste, wesentliche Schritt. Ziel ist der Aufbau einer umfassenden Versorgungsstruktur für eine Großstadt mit ökologischen Produkten durch ein gemeinwohlorientiertes Unternehmen.

Gemeinschaft: Wir sind eben nicht nur der Lieferant einer Gemüsekiste, sondern eine starke Gemeinschaft. Unsere vielen Gemeinschaftsaktionen, von der direkten Mitarbeit in der Wertschöpfungskette (Mitgärtnern, Mitpacken, Einkochen) über unsere eigenen Bildungsveranstaltungen bis hin zu gemeinsamen Beteiligungen an anderen Aktionen (z.B. Bündnis gegen TTIP) vermitteln das Gefühl einer starken, anpackenden Gemeinschaft.

E 1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen (Relevanz mittel oder hoch)

Am Beginn der Wertschöpfungskette steht das Saatgut und die Jungpflanzenaufzucht. Derzeit beziehen wir die Jungpflanzen von dafür spezialisierten ökologischen Betrieben. Ab voraussichtlich 2016 werden wir die Jungpflanzen sukzessive selber anbauen. Wie schon unter D beschrieben, werden wir dabei den Anteil samenfester Sorten ebenfalls schrittweise steigern, um so die Biodiversität zu erhöhen. Ob wir letztendlich auf hybrides Saatgut ganz verzichten können, wird die ökologische und wirtschaftliche Bewertung zeigen. Letztendlich muss unser Angebot für die Masse der Bevölkerung plausibel bezahlbar („sozial verträglich“) sein. Insofern werden hier auch Kompromisse gefragt sein.

Die Pflanzen werden in Gewächshäusern und im Freiland angebaut. Dabei verzichten wir auf eine Beheizung der Gewächshäuser (Ausnahme: Frostschutz im Frühjahr). Das Wasser zur Bewässerung entnehmen wir einer Regenwasserzisterne. Nur wenn dies nicht ausreicht, verwenden wir Grundwasser. Die Arbeit im Gewächshaus und im Freiland wird durch verbrennungsmotorisch angetriebene Landmaschinen unterstützt. Dabei ist aufgrund unserer Struktur und der aktiven Mitarbeit der Anteil manueller Arbeit höher als in vergleichbaren Betrieben.

Bei guter Ernte entstehen in vielen Betrieben nicht verwertbare Überschüsse oder „Ramschware“ - nicht so bei uns. Mit freiwilligen Helfern aus der Genossenschaft kochen wir das „überschüssige“ Gemüse ein, verarbeiten es z.B. zu Sugo. Die Gläser werden dann im Winter, wenn die Produktvielfalt überschaubar ist, den Gemüseboxen beigefügt. Neben dem Nutzungsaspekt und den wirtschaftlichen Vorteilen wird dadurch auch die Akzeptanz der ansonsten saisonalen Ernährung im Winter erhöht.

In den heißen Sommermonaten können wir auf eine Kühlung der Produkte nicht ganz verzichten, da ansonsten der Erhalt und die Frische der Produkte nicht zu gewährleisten ist. Durch unsere Art der Produktgestaltung (regional, saisonal) wird dieser Kühlaufwand aber drastisch reduziert. Das Gemüse wird am Vortag der Auslieferung geerntet und muss daher nur relativ kurz kühl gehalten werden. Die Auslieferung erfolgt nicht mit Kühlfahrzeugen, sondern wir arbeiten dabei mit der umweltschonenden Verdunstungskühlung (feuchte Tücher zwischen den Boxen).

Bei der Auslieferung haben wir den Verpackungs- und Plastikanteil auf das Notwendigste reduziert, um die Qualität und Frische der Produkte erhalten zu können. Daran arbeiten wir auch ständig weiter. Aber bereits jetzt sind wir hier deutlich besser, als andere vergleichbare ökologisch orientierte Anbieter. Wir arbeiten mit normalen Lieferfahrzeugen, wie andere Anbieter von Gemüseboxen auch. Im Gegensatz zu diesen liefern wir jedoch überwiegend über lokale Verteilpunkte in den einzelnen Stadtbezirken und haben daher den Schadstoffausstoß gegenüber der üblichen Einzelzustellung deutlich reduziert.

Wie schon ausgeführt und begründet, ist eine weitere Reduzierung durch Fahrzeuge mit alternativen Antrieben aufgrund des mangelhaften Angebotes nicht darstellbar. Es gibt Betriebe der solidarischen Landwirtschaft, die ihre Produkte mit (Elektro-) Fahrradtransporten ausliefern. Allerdings sind diese Betriebe wesentlich kleiner, haben einen deutlich geringeren Aktionsradius und sind in einem ländlichen Umfeld angesiedelt. Unter den Bedingungen einer Großstadt ist ein solcher Ansatz weder wirtschaftlich vertretbar noch den Auslieferungsfahrern zuzumuten.

Am Ende der Wertschöpfungskette stehen die Endverbraucher. Im direkten Kontakt mit diesen, die ja unsere Mitglieder sind, können wir den Wert der Lebensmittel vermitteln. Unsere Mitglieder gehen daher auch anders mit den Erzeugnissen um. Sie

schmeißen weniger weg, akzeptieren auch scheinbare optische Mängel und sind bereit, Mehrkosten, die durch eine faire Bezahlung aller Beschäftigten in der Wertschöpfungskette entstehen, solidarisch mitzutragen.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

E 2.1 Leistungen (Relevanz: hoch)

Wie schon mehrfach ausgeführt, versteht sich das Kartoffelkombinat auch als politische Organisation. Deshalb ist ein gesellschaftliches Engagement, verstanden als Beitrag zum Gemeinwesen, ein unverzichtbarer Wesensbestandteil unserer Organisation. Gerade dieser Anteil treibt uns, ist sinnstiftend und gibt uns die Kraft für die „operativen und organisatorischen Tätigkeiten“, die so eine Organisation natürlich auch benötigt.

Unser Engagement umfasst auf lokaler Ebene die Mitarbeit in verschiedenen Aktionen, z.B. Klimaherbst, Aktionsbündnis gegen TTIP, Gemeinwohlökonomie, Tollwood, Streetlife, Green City, Heldenmarkt, PARK(ing) Day, Bildungscamp der Münchner Studierenden-Vertreter, Aktionen diverser Stadtteilvertretungen, etc. Auf dem Gebiet unserer Gärtnerei beteiligen wir uns an inklusiven Festen und allgemein an der Dorfgemeinschaft.

Überregional sind wir in den Netzwerken Solidarische Landwirtschaft, Taste of Heimat sowie in Forschungsverbänden zur Nachhaltigkeit verankert. Wir kooperieren mit diversen Hochschulen und unterstützen wissenschaftliche Arbeiten z.B. zur Erforschung ökologischen Verhaltens und zur Reduktion des Energieeinsatzes unseres Betriebes.

Ein gemeinnütziger Verein iG wird diesen Anspruch unserer Gemeinschaft in der Zukunft noch flankierend unterstützen.

Es ist nicht einfach den Anteil, den dieses Engagement in Relation zum Gesamtumfang unserer Arbeiten hat, quantitativ zu ermitteln. Das liegt zum einen daran, dass wir es bisher nicht erfasst haben, zum anderen erfolgen diese Tätigkeiten z.T. an der Grenze zwischen professionellem Tun und ehrenamtlichem Handeln der beteiligten Angestellten oder ehrenamtlich Tätigen, wie z.B. unseren Aufsichtsräten.

Aber eine vorsichtige Abschätzung zeigt, dass dieser Anteil insgesamt deutlich über 2,5 % liegt (gemessen als Anteil an der Arbeitszeit). Der finanzielle Aufwand ist demgegenüber relativ gering und beschränkt sich auf Mitgliedsbeiträge (ca. 1% vom Umsatz) und Spendenkisten. Dabei sind wir natürlich auch der satzungsgemäßen Verwendung der Beiträge unserer Genossen verpflichtet und können nur das leisten, was damit vereinbar ist.

Wir arbeiten mit vielen Non-Profit-Organisationen auf verschiedenen Ebenen in diversen Aktionsbündnissen zusammen.

Wir haben durchaus ein Eigeninteresse an diesen Aktivitäten. Durch diese Aktivitäten erzeugen wir eine (auch mediale) Aufmerksamkeit, die dann wieder der allgemeinen Arbeit des Kartoffelkombinats entgegenkommt. Aber dieser Grund ist dabei nicht unser Beweggrund. Wir beteiligen uns an Aktionen, die als solche einen gesellschaftlichen Sinn ergeben. Dass sie dabei häufig mit unseren Zielen korrelieren, liegt in der Natur der Sache und ist nicht zufällig. Die Medienaufmerksamkeit, die wir insgesamt mit unserer Arbeit erzielen, ist sehr hoch.

Als Beleg fügen wir einen Auszug aus unserer Liste „Das Kartoffelkombinat in den Medien“ (2013 bis 2015) an:

- Beitrag in "bio – regional – fair"-Broschüre
- Film: Projekt A - Eine Reise zu anarchistischen* Projekten in Europa
- Artikel zur Koop mit Schönbrunn im Amperboten
- Artikel zur Koop mit Schönbrunn auf goodimpact.org
- Artikel zur Koop mit Schönbrunn im Münchner Merkur
- SZ: Agrar-Revolution in grünen Kisten
- Erwähnung in DIE WELT
- Artikel zur aktuellen Situation auf enorm-magazin.de
- TV-Beitrag im BR / Heimattrauschen
- Artikel im Manager Magazin
- Artikel in der Contraste
- Artikel auf utopia.de
- Zitat in Kunz et al.: Verwenden statt Verschwenden
- Artikel im Slow Food Magazin
- Erwähnung im zeozwei-Magazin (taz)
- Artikel in einer Beilage des Münchner Merkur
- ECO-World 2014
- Doku-Film über das Kartoffelkombinat
- Artikel in der Schrot & Korn
- Doku im Bayerischen Fernsehen
- Beitrag SZ / jetzt
- Beitrag auf on3
- Interview bei Radio Arabella
- Titelthema in der BISS
- Artikel in der AZ
- Beitrag auf München querbeet
- Beitrag im Commonsblog
- Liveschaltung in die Abendschau (BR)
- Beitrag im deutschlandradio
- Interview in der SZ
- Beitrag auf best-practice-business.de
- Notizbuch Bayern 2

- Erwähnung im Artikel bei "Die Stiftung"
- Erwähnung im Blog von Grünen Punkt
- Artikel im Münchner Merkur
- Artikel in der oya
- TV Beitrag "Geld und Leben" (Bayrisches Fernsehen)

E 2.2 Wirkungen (Relevanz: hoch)

Die Wirkungen können natürlich von einer externen Stelle noch besser beurteilt werden als von uns selbst. Daher möchten wir hier einen Bericht über eine Masterarbeit über das Kartoffelkombinat auszugsweise zitieren:

Was bewirkt das Kartoffelkombinat jenseits guter Ernährung? Beeinflusst die Mitgliedschaft im Kartoffelkombinat das Nachhaltigkeitsverhalten seiner Genossinnen und Genossen?

Mit dieser Frage setzten wir uns im Rahmen unseres Masterstudiums der Verbraucherwissenschaften an der TU München auseinander. Das Kartoffelkombinat (KK) ist Teil der europaweiten Studie EU-InnovatE, welche untersucht, inwiefern innovative und unternehmerisch aktive Verbraucher einen Beitrag zu einer grünen EU-Wirtschaft leisten können. An der im Mai und Juni durchgeführten Umfrage haben rund 200 Personen der knapp 700 Mitgliedshaushalte teilgenommen.

Die Ergebnisse

Wie bei den gängigen Fußabdruck-Tests haben wir bei der Untersuchung des Nachhaltigkeitsverhaltens zwischen den Bereichen Ernährung, Wohnen und Energie, Mobilität sowie Konsum unterschieden. Die Mitglieder stellten eine deutliche Veränderung ihres Verhaltens seit Beitritt zum Kartoffelkombinat fest. Bei einer maximal erreichbaren Punktezahl von 100, erzielten die KK-Genossinnen und Genossen im Durchschnitt 70 Punkte. Dabei ist ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Aktivität der Genossinnen und Genossen im KK und dem Nachhaltigkeitsverhalten festzustellen. Je aktiver, umso mehr Nachhaltigkeitspunkte.

Das KK wirkt. Die Mitglieder schätzten ihr Verhalten heute im Vergleich zu vor dem Beitritt als deutlich nachhaltiger ein, mit einer Steigerung von durchschnittlich 22 Prozent. Im Bereich Ernährung, dem Kernthema des KK, war die Veränderung mit 53 Prozent am stärksten. Die Mitgliedschaft wirkte sich aber auch auf andere Lebensbereiche aus. So wurden Zuwächse um 15 Prozent im Bereich Wohnen und Energie, um 13 Prozent im Bereich Konsum und um 5 Prozent im Bereich Mobilität verzeichnet.

Worauf sind die Veränderungen zurückzuführen?

Aller Anfang ist schwer. Studien belegen, dass der Wandel hin zu einem nachhaltigeren Lebensstil einen Auslöser, einen Startpunkt, benötigt. Im Verlauf unseres For-

schungsprojekts ist uns, sowohl in Gesprächen mit dem KK-Team und Genossen, als auch bei der Auswertung des Fragebogens, immer wieder die besondere Rolle der Genossenschaft ins Auge gesprungen. In unserer Studie konnten wir feststellen, dass die Zugehörigkeit zur KK-Gemeinschaft die Veränderungen im Nachhaltigkeitsverhalten beeinflusst hat. 75 Prozent der Befragten finden, dass das KK ihre Wahrnehmung für soziale, ökologische und wirtschaftliche Probleme schärft. 36 Prozent stimmen zu, dass ihre Mitgenossen sie zur Reflektion des eigenen Verhaltens anregen. 32 Prozent haben in anderen Mitgliedern Vorbilder gefunden. Die Einflüsse durch die Gemeinschaft sind damit überwiegend positiver Natur. Von ihren Mitgenossen unter Zugzwang gesetzt fühlen sich hingegen nur etwa 6 Prozent, 5 Prozent vergleichen sich mit anderen Mitgenossen.

Die Wahrnehmung von inkonsequentem Handeln, das heißt kognitive Dissonanz, wird als wichtiger Auslöser für Verhaltensveränderungen gesehen. Unsere Studie zeigte, dass die Mitgliedschaft im KK und Aktivität in der Gemeinschaft zur Wahrnehmung einer solchen kognitiven Dissonanz führen und ein nachhaltigeres Verhalten erklären können. 76 Prozent der Befragten gaben an, dass sie ein schlechtes Gewissen verspüren, wenn sie weniger umweltfreundliche Entscheidungen treffen. 88 Prozent versuchen, ihr Verhalten stets in Einklang mit ihren Grundsätzen zu bringen.

Von Hannah Danner, Anna-Lena Siegert, Nathalie Wilk – August 2015

E 2.3 Intensität (Relevanz: niedrig)

Seit der Gründung des Kartoffelkombinats vor 3 Jahren ist der Beitrag zum Gemeinwesen ein wesentlicher Bestandteil unseres Tuns. Die Aktivitäten werden vom Vorstand koordiniert. Mitgliedschaften in Verbänden und Zusagen, die das Kartoffelkombinat langfristig binden würden, bedürfen der Zustimmung des Aufsichtsrates. Mitwirkungen der Vorstände in anderen Organisationen müssen ebenfalls vom Aufsichtsrat genehmigt werden.

Zur Bündelung und Finanzierung unseres ehrenamtlichen Engagements ist ein gemeinnütziger Verein in Gründung. Dieser verfolgt folgende Ziele:

- 1. Entwicklungs- und Forschungsprojekte im Bereich des ökologischen Landbaus – im besonderen der biologischen Wirtschaftsweise – und damit verbundenen Bereichen; Erforschung von Rahmenbedingungen einer Postwachstumsgesellschaft und Erarbeitung von gemeinwohlorientierten Subsistenzkonzepten für eine regionale Versorgungsstruktur unter besonderer Berücksichtigung des urbanen sowie des ländlichen Raumes;*

2. *die Integration alter und junger Menschen in der Gesellschaft sowie die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen auch aus sozial schwachen Familien in Erziehung, Bildung und Persönlichkeitsentwicklung durch Schaffung von gemeinschaftlichen Anlässen, Workshops und Exkursionen;*
3. *die Förderung der allgemeinen Wissensvermittlung zu Aspekten des Ökosystems und der Zusammenhänge von Flora und Fauna, konkret durch*
 - a. *die Organisation und Durchführung von Vorträgen, Workshops/Projekten und Exkursionen in die urbanen Naturräume*
 - b. *die Unterstützung und Durchführung von Seminaren, Vorträgen und Veranstaltungen zu spezifischen ökologischen Themenbereichen und der Bildung für nachhaltige Entwicklung*
4. *Unterstützung des Schutzes der Natur und der natürlichen Lebensräume, konkret durch*
 - a. *die Begleitung von Erhaltungsmaßnahmen alter Nutzpflanzenarten (Getreide, Gemüse, Obst) und Pilzen sowie ihre Weiterzüchtung für den ökologischen Landbau*
 - b. *die Entwicklung von alternativen Energiekonzepten, die eine Verbindung zwischen Naturschutzmaßnahmen und Energiegewinnung herstellen*
 - c. *die Anpflanzung und Pflege von Hecken und alten Obstbaumsorten, Heil- und Gewürzkräutergärten, Erhaltung von bedrohten Ackerwildkräutern*
 - d. *themenspezifische Informations- und Öffentlichkeitsarbeit*
5. *die Unterstützung und Durchführung von (inter)kulturellen Veranstaltungen wie Ausstellungen, Workshops, Lesungen, Theater, Musik und Symposien, deren Zweck die Förderung von Toleranz und internationaler Gesinnung ist.*

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

E 3.1 Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)

Das Kartoffelkombinat hat eine Arbeitsgruppe Energie gegründet. Geleitet wird die Gruppe von Wissenschaftlern, die sich an verschiedenen Universitäten mit dem Thema „Energie“ beschäftigen. Die Wissenschaftler haben mehrere Studien-, Diplom-, Bachelor- und Masterarbeiten vergeben, die sich jeweils mit Teilaspekten unseres Energieverbrauchs und der Umweltauswirkungen beschäftigt haben. Zusammengefügt durch die AG Energie entstand so ein umfassendes Gesamtbild der Ressourcenverbräuche und es wurden konkrete Verbesserungsmaßnahmen erarbeitet, die z.T. auch sofort umgesetzt werden konnten (z.B. Verbesserung des Kühlraums). Andere mussten aus wirtschaftlichen Gründen zunächst zurückgestellt werden (z.B. Geothermienutzung). Die Ergebnisse der AG Energie wurden im Rahmen zweier

Veranstaltungen der Kartoffelakademie bekannt gemacht, die Präsentationen sind in unserem Forum veröffentlicht.

Diese Untersuchungen wurden in den Jahren 2013 und 2014, also mit besonderem Schwerpunkt auf die Situation in unserer damaligen Hauptgärtnerei in Eschenried, durchgeführt. Wie schon ausgeführt, haben wir Anfang 2015 unseren Hauptpartnerbetrieb gewechselt. Wir arbeiten jetzt mit der Behindertengärtnerei in Schönbrunn zusammen, die eine andere Versorgungsstruktur hat. Wir haben die dortigen Ressourcenverbräuche zunächst vorläufig aufgrund der Betriebskostenerfassung ermittelt und mit anderen Betrieben verglichen.

Dabei war der Heiz-Energieverbrauch deutlich über den zu erwartenden Werten. Wir haben als Sofortmaßnahme die Beheizung der Gewächshäuser reduziert, auch wenn dadurch der Gemüseertrag zurückgehen wird. Ab 2016 werden wir keine Pflanzen mehr anbauen, die zwingend eines beheizten Gewächshauses bedürfen. Eine Beheizung ist dann nur noch für seltene „Notfälle“ vorgesehen (Kälteeinbruch im Frühjahr bei Bepflanzung mit kälteempfindlichen Gemüsesorten, z.B. Gurken).

Für 2016 haben wir Studien und weitere Maßnahmen vorgesehen, die den Energieverbrauch weiter reduzieren werden. Wir werden auch eine eigene Jungpflanzenzucht aufbauen, womit wir den Materialeinsatz begrenzen können.

Zur Bewässerung der Gärtnerei wird vorzugsweise Wasser aus einer Regenwasserzisterne eingesetzt. Nur wenn diese – bei großer Trockenheit – leer läuft, wird Wasser aus der normalen Wasserversorgung entnommen. Über unsere Maßnahmen zur Reduktion des Verpackungsaufwandes wurde bereits an anderer Stelle dieses Reports berichtet (s. Abschnitt D 3.1). Wir konnten feststellen, dass wir den Verpackungsaufwand mehr als halbiert haben.

In Zusammenarbeit mit einem Projekt der Handwerkskammer wird derzeit noch eine „Mobilitätsanalyse des Kartoffelkombinats e.G. im Bereich Logistik“ erstellt. Dazu werden unsere Fahrzeuge mit GPS-Dataloggern ausgestattet und ein digitales Fahrprofil erstellt. Mit diesen Fahrprofilen wird dann mit Hilfe einer speziellen Software untersucht, ob es alternative Fahrzeuge und Konzepte gibt und ob sie wirtschaftlich vertretbar umgesetzt werden können.

Im Rahmen eines anderen Projektes wurde auch versucht, einen kompletten ökologischen Fußabdruck für die gesamte Herstellungs- und Verteilungskette im Vergleich zu anderen herkömmlichen und zu anderen biologischen Herstellern zu erstellen. Diese Ergebnisse waren jedoch aufgrund der hohen Komplexität nicht sehr aussagekräftig und aufgrund der hohen Abhängigkeit von Annahmen sehr angreifbar. Die wesentliche Aussage war jedoch, dass insbesondere die Länge des Transportweges

eine sehr große Rolle spielt und wir da, aufgrund unserer Beschränkung auf den regionalen Anbau, große Vorteile gegenüber anderen Anbietern haben.

E 3.2 Relative Auswirkungen (Relevanz: hoch)

Gegenüber Betrieben der herkömmlichen Landwirtschaft sind unsere ökologischen Auswirkungen (z.B. durch den Verzicht auf Kunstdünger und Pestizide) deutlich geringer. Durch unsere konsequente regionale und saisonale Ausrichtung sind wir diesbezüglich deutlich besser als der Branchendurchschnitt der Biolandwirtschaft. Durch unser innovatives Logistikkonzept mit stadtteilbezogenen Verteilpunkten sind wir auch besser als der Branchendurchschnitt der Regionalanbieter.

Gegenüber Betrieben der solidarischen Landwirtschaft, die mit Lastenfahrrädern ausliefern, haben wir bzgl. des Transports Nachteile. Allerdings sind wir dort aufgrund unserer Größe und unseres Auslieferungsgebietes auch nur bedingt vergleichbar. Aber wir arbeiten an Konzepten, die Verteillogistik weiter zu optimieren. Weitere Ansatzpunkte sind die Weiterentwicklung zu einer bilanziell energieautarken Anbau- und Lieferstruktur ggf. in Kombination mit einem lokalen Ökostromanbieter (z.B. Polarstern) und/oder mit einer noch zu gründenden Bürgerenergiegenossenschaft. Das sind die Projektansätze für die nächsten Jahre.

E 3.3 Management und Strategie (Relevanz: hoch)

Wie bereits beschrieben, ist die Reduktion schädlicher Umweltauswirkungen selbstverständlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur und ist im Vorstand angesiedelt, der dabei von mehreren Arbeitsgruppen und Teams unterstützt wird. Unsere Ressourcen- und Materialverbräuche werden ständig erfasst und Ansätze zur Optimierung werden erarbeitet und – wenn möglich und wirtschaftlich vertretbar – schnell umgesetzt. Langfristige Zielsetzung, Strategie und Maßnahmen (Beispiele):

- Reduktion des Energie- und Ressourcenverbrauchs in der Jungenpflanzenaufzucht durch eigenen Anbau und weitestgehend möglichen Verzicht auf den Einsatz des üblichen Torfs
- Einsatz von Solarenergie für den Strombedarf der Gärtnerei (z.B. Kühlung).
- Optimiertes Lieferkonzept mit alternativen Fahrzeugen
- Reduktion des Kunststoffverbrauchs in der Gärtnerei (weiterer Verzicht auf „Unkrautfolien“)
- Weitere Reduktion des Verpackungsaufwandes bei der Auslieferung

E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

E 4.1 Außenausschüttung (Relevanz: hoch)

Das Hauptziel unseres Unternehmens ist „die Versorgung unserer Genossenschaftsmitglieder mit regional erzeugten, ökologischen Produkten sowie Dienstleistungen“. Dieses Ziel ist in unserem Leitbild verankert und stellt unsere „Leistung“ dar. Unser Eigenkapital (= Genossenschaftsanteile) wurde von unseren Mitgliedern aufgebracht. Dieses Kapital wird nicht verzinst. Der notwendige Mitgliedsbeitrag, den wir erheben (= Preis in einem herkömmlichen Unternehmen), errechnet sich transparent aus unseren Kosten und wird letztendlich von der Generalversammlung festgelegt. Dabei wird ein kleiner „Gewinn“ (=5% der Genossenschaftseinlage) eingerechnet. Dieser Gewinn wird jedoch nicht ausgeschüttet, sondern verbleibt in der Gesellschaft (als Rücklage und „auf neue Rechnung vorgetragen“).

E 4.2 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung

Wie bereits unter E 4.1 beschrieben, wird der Gewinn nicht ausgeschüttet, sondern verbleibt zu 100% in der Genossenschaft.

E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

E 5.1 Transparenz

Da dies unser erster GWÖ-Bericht ist, können wir naturgemäß noch nicht über seine Veröffentlichung berichten. Über die Erstellung des Berichts und über den jetzigen Status werden unsere Mitglieder und Interessenten auf einer Veranstaltung der Kartoffelakademie umfassend informiert.

E 5.2 Mitbestimmung

Wir streben an, dass alle unsere „Stakeholder“ (Mitarbeiter, Lieferanten, Interessenten) Mitglieder unserer Genossenschaft werden. Wir haben dafür eine Fördermitgliedschaft geschaffen. Der Förderbeitrag wurde dabei bewusst niedrig gehalten (derzeit 30 € /a), damit der Beitrag kein Beitrittschwallma darstellt. Dabei üben wir jedoch keinerlei Zwang auf z.B. unsere Mitarbeiter aus, die Mitgliedschaft ist freiwillig. Für die Bezieher unserer Gemüsebox ist der Beitritt zur Genossenschaft, nach einer festgelegten Testphase, jedoch zwingend. Alle Mitglieder haben dabei grundsätzlich – im Rahmen gewisser satzungsgemäßer Verhältniseinschränkungen – die gleichen Rechte und Pflichten. Damit ist gewährleistet, dass alle Berührungsguppen in die Entscheidungen des Unternehmens eingebunden sind (z.B. durch Teilnahme an den Generalversammlungen). Alle Mitglieder haben auch Zugriff auf unser internes Fo-

rum und können sich somit vollumfänglich über unser Unternehmen informieren und sich an Diskussionen beteiligen.

Zu den wichtigsten Unternehmensentscheidungen (Leitbild, Struktur- und Organisation, Anbauplanung) sind Arbeitsgruppen eingerichtet, an denen sich alle Mitglieder beteiligen können. Darüber hinaus sind wir in Netzwerke (z.B. Solidarische Landwirtschaft, Taste of Heimat, Klimaherbst, GWÖ) eingebunden und tauschen uns mit anderen aus. Dabei geben wir Einblick in unsere Strukturen und Prozesse.

AUSBLICK

KURZFRISTIGE ZIELE

- Abschluss eines Pacht- oder Kaufvertrages mit einem Partner um unsere Vorstellung eines gemeinwohlorientierten Wirtschaftens noch besser umsetzen zu können.
- Absenkung der Arbeitsbelastung (im Vorstand)
- Weitere Verlagerung von Entscheidungskompetenzen in die Mitarbeiterschaft
- Weitere Einbeziehung der Mitglieder in die Vorbereitung von Unternehmensentscheidungen (AG Anbauplanung, AG Leitbild, AG Strukturen)
- Weitere Reduktion der Emissionen durch energetische Untersuchungen
- Gründung eines gemeinnützigen Vereins "Kartoffelkombinat eV" zur Bündelung und Finanzierung unseres ehrenamtlichen Engagements
- Schaffung von Arbeitsplätzen und/oder Praktikanten- bzw. Ausbildungsstellen für Asylanten oder Asylbewerber im Kartoffelkombinat

LANGFRISTIGE ZIELE

- Weitgehende Versorgung aus Betrieben, in denen wir die unternehmerische Verantwortung tragen
- Ausweitung unseres Geschäftsmodells auf mehrere Genossenschaften unter der Dachmarke "Kartoffelkombinat"
- Verbreitung der Ziele der Gemeinwohlökonomie durch Mitarbeit in dem Verein "Gemeinwohl-Ökonomie-Bayern"
- Aufbau einer eigenen Energieversorgung in Form einer Bürgerenergiegenossenschaft
- Reduktion des Energie- und Ressourcenverbrauchs in der Jungenpflanzenaufzucht durch eigenen Anbau und weitestgehend möglichen Verzicht auf den Einsatz des üblichen Torfs
- Optimiertes Lieferkonzept mit alternativen Fahrzeugen
- Reduktion des Kunststoffverbrauchs in der Gärtnerei (weiterer Verzicht auf „Unkrautfolien“)
- Weitere Reduktion des Verpackungsaufwandes bei der Auslieferung

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Die vorliegende Bilanz wurde über eine Peer-Evaluation in Zusammenarbeit mit den folgenden Unternehmen erstellt:

Unternehmen	Vertreter
Impact Hub München GmbH Gotzingerstr. 8, 81371 München	Johann Schorr
Kartoffelkombinat eG Durasweg 3, 81247 München	Jürgen Müller, Dr. Horst Bokelmann,
Polarstern GmbH Lindwurmstr. 88, 80337 München	Dr. Jakob Assmann
Talents4Good GmbH Amalienstr. 62, 80799 München	Carola von Peinen, Jeannine Gehre

Bearbeiter des Berichtes

- Dr.-Ing. Horst Bokelmann, Vorsitzender des Aufsichtsrats
- Jürgen Müller, Mitglied der Genossenschaft

Eingebundene Stakeholder:

- Simon Scholl, Mitglied des Vorstandes
- Daniel Überall, Mitglied des Vorstandes
- Dr. Christa Müller, Mitglied des Aufsichtsrates
- Rauno Andreas Fuchs, Mitglied des Aufsichtsrates

Zeitraum der Erstellung:

Oktober 2014 bis November 2015

Eingesetzte Arbeitsstunden:

ca. 300 Stunden

Interne Kommunikation:

Veranstaltung der Kartoffelakademie am 13. November 2015

Verteilung des GWÖ-Berichtes an alle Mitglieder (geplant)

Einstellung des Berichts im internen Forum

Datum: 23.11.2015