

GEMEINWOHL-BERICHT

UNTERNEHMEN



ALLGEMEINE INFOS

- Firmenname: Meierei Horst eG
- Branche: Milchwirtschaft
- Anzahl der MitarbeiterInnen (Vollzeitäquivalent): 11 (10 VZ, 2 TZ)
- Umsatz: 6,8 Mio €
- Gewinn: 800 €, sowie unterjährig durch höheren Milchpreis an Landwirte
- Töchtergesellschaften/ verbundene Unternehmen: Landwirte als Mitglieder der Genossenschaft
- Sitz + Webseite: Bahnhofstr. 42-44, 25358 Horst (Holstein), Tel.: 04126 – 1213, unsere.meierei-horst-eg.de
- Berichtszeitraum: 01.01.2013 – 31.12.2013

TÄTIGKEITSBEREICH

Die Meierei Horst eG produziert seit 1891 qualitativ hochwertige frische Milch und Milchprodukte auf traditionelle Weise aus der Region – für die Region. Seit 2012 wird auch die Bio 4-Jahreszeiten Milch nach Bioland-Standard für die Öko Melkburen in der Meierei Horst eG produziert. 100% der verarbeiteten Milch stammt von unterschiedlich großen, familiär geführten Höfen aus dem direkten Umland von Horst. Die Verarbeitung ist schonend um sämtliche wertvollen Inhaltsstoffe zu erhalten. Kunden der Meierei Horst eG sind Großverbraucher, Groß- und Einzelhandel und die Gastronomie, hauptsächlich aus Hamburg und Schleswig-Holstein.

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Versandmilch (Magermilch)	60%
Milch, 3,5%	21%
Frischkäse	8%
Schlagsahne	5%
Sauerrahmbutter	2%
Buttermilch, Entrahmte Milch	2%
Joghurt, Sauermilch	1%
Saure Sahne	1%

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Die Meierei Horst eG stellt auf traditionelle Weise frische Milchprodukte her und unterstützt damit einen nachhaltigen, regionalen Wertschöpfungskreislauf.

Durch die Umwandlung von einer Lieferanten- in eine Erzeuger- und Konsumgenossenschaft Mitte 2014 wird der Verbraucher und Konsument stärker in diesen Kreislauf einbezogen um alle Beteiligten an dem Produktionsprozess teilhaben zu lassen.

Die Nähe schafft Transparenz und stärkt das gegenseitige Verantwortungsbewusstsein.



Ansprechpartner GWÖ: Dr. Tatjana Tegel, [tatjanategel\(at\)brain3.de](mailto:tatjanategel(at)brain3.de), 04106-7659110



TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-BILANZ 2013 für Meierei Horst eG
 BegleiterIn Gerd Lauer mann / Holger Stütze



WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				50 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				60 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 40 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 20 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 30 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 50 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 20 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung 20 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmen 10 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 70 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 40 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 60 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 80 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 20 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 30 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 60 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 20 %
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 **30.04.2017** **BILANZSUMME 419**



NEGATIVKRITERIEN

„Hiermit bestätigen wir, dass wir keines der Negativkriterien erfüllen.“

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



GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen

Ausgabenposten + % der Ausgaben	Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung
Rohmilch Erzeuger 73,4%	Sozial, ökologisch und regional, da zu 100 % von Familienbetrieben erzeugt
Abfuhrkosten 4,1%	Abholung sowie Lieferung über Logistikunternehmen, Verteilung direkt an Handel und Großabnehmer bzw. Zentrallager, meist regional in HH und SH
Verpackungsmaterial Milch und Milcherzeugnisse 2,8%	Verpackung für Haushalte in Tetrapack, für Gastro und Großabnehmer in 5-10 L Schläuchen, Eimern und Milchkanen
Milchanfuhrkosten 1,6%	Regional, Milchtankwagen holt tgl. Milch bei Erzeugern ab und liefert sie direkt in der Meierei ab, kurze Wege
Instandhaltung Techn. Anlagen 1,5%	Vorzugsweise durch regionale Anbieter, für Maschinen werden überregionale Spezialisten benötigt
Energie 1,4%	Leichtes Heizöl
Strom 1,3%	Strom von Flensburger Stadtwerken („aus umweltfreundlichem Strommix“)
Abwasser 0,4 %	Frischwasser kommt vom eigenen Brunnen

Die Rohmilch kommt zu 100 % von Familienbetrieben im Umkreis von 20 km rund um Horst. Tiere haben Weidegang, pflegen so die Landschaft und erhalten nicht-intensive Gras- und Weidelandschaften. Die Rohmilch wird von einem Spediteur in einer Runde direkt von den Höfen abgeholt und bei der Meierei Horst eG abgeliefert. Die Milch- und Milchprodukte werden von den Kunden der Meierei entweder abgeholt oder über einen regionalen Spediteur an Händler und Zentrallager geliefert.

Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung

Der Milchpreis orientiert sich in den letzten Jahren hauptsächlich über die verfügbare Gesamtmenge an Rohmilch. Da die produzierte Rohmilchmenge seit Jahren über dem Bedarf liegt, hält sich der Rohmilchpreis seit langem auf einem sehr niedrigen Niveau. Für die Preisbildung spielen im konventionellen Milchbereich weitere Qualitätskriterien und die Form der Tierhaltung keine Rolle. Veränderungen des

individuellen Milchpreises ergeben sich nur durch einen vom Standard abweichendem Eiweiß- oder Fettgehalt sowie durch Abzüge bei Qualitätsminderungen wie erhöhter Keimzahl, erhöhter Zellzahl oder einer Abweichung beim Gefrierpunkt. Je mehr Milch ein Landwirt mit einer Kuh erzeugt, desto höher sind demnach seine Erlöse.

Die Grundstücke und Gebäude befinden sich im Eigentum der Genossenschaft, daher fallen keine Mieten und Finanzierungskosten an. Die Gebäude sind aus den Gründungszeiten der Meierei 1891 und entsprechen noch nicht heutigen Energie- und Wärmestandards. Hier gab es bereits in der Vergangenheit Versuche, z.B. die Abwärme als Fernwärme zu nutzen. Die effiziente und nachhaltige Verwendung von Energie und Wasser soll bei zukünftigen Investitionsentscheidungen berücksichtigt werden.

Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung

Um ökologische und soziale Kriterien bei der konventionellen Milcherzeugung noch stärker berücksichtigen zu können, sollen nach der Umwandlung in 2014 mit liefernden Landwirten zusätzliche Kriterien wie z.B. Achtung des Tierwohls, Futtermittel ohne Gentechnik sowie eine Begrenzung von Maissilage vertraglich erarbeitet werden.



Im Gegenzug wird ein fester Preis für Rohmilch angestrebt, der von den allgemeinen Preisschwankungen auf dem Milchmarkt unabhängig ist, um eine

nachhaltige Existenz ohne zwingendes Wachstum der Höfe zu ermöglichen.

B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

Institutionalisierung

Die Meierei Horst eG arbeitet mit der lokalen Volksbank und einer Kreissparkasse zusammen. Mit diesen Banken wird das laufende Geschäft und die Finanzierung von Investitionen abgewickelt. Um das Eigenkapital der Genossenschaft auf mehr Schultern verteilen zu können, wird die Genossenschaft 2014 von einer klassischen Lieferantengenossenschaft in eine Erzeuger- und Konsumgenossenschaft umgewandelt. Kapitalanlagen sind neben den Rücklagen nicht vorhanden.



Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters

Auflistung der Finanzdienstleister

In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
90 %	Volksbank Elmshorn
10 %	Sparkasse Südholstein

Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Finanzanlagen gibt es nur in Form von Tagesgeldkonten bei den beiden lokalen Banken.

Gemeinwohlorientierte Finanzierung

Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil

Eigenkapital	52 %
Fremdkapital	48 %

Auflistung Aufteilung der Finanzierungsformen/ Fremdkapitals

In % der Finanzierung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
14 %	Kreissparkasse Südholstein
84%	Verbindlichkeiten aus LuL

Es liegen keine Informationen über Negativ-Kriterien der Banken vor, mit denen die Meierei Horst eG zusammenarbeitet. Für die anstehende Umwandlung in eine Erzeuger- und Konsumgenossenschaft 2014 ist die Zusammenarbeit mit der GLS Bank gescheitert, da diese nur Bio-Produzenten finanzieren.

Die beiden Banken, mit denen eine Zusammenarbeit stattfindet, unterstützen das Geschäftsmodell am besten.



C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Allgemeines

In der Produktion arbeiten 9 Mitarbeiter. Alle sind männlich und haben einen Vollzeitarbeitsvertrag. In der Verwaltung arbeitet 1 Mitarbeiterin in Vollzeit und 2 weitere in Teilzeit.

Die Generalversammlung findet mindestens einmal jährlich statt. Jedes Genossenschaftsmitglied hat unabhängig von der Anzahl der Anteile eine Stimme in der Generalversammlung. Betriebsleiter, Stellvertreter, Vorstände und Aufsichtsratsmitglieder sind männlich.

Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen

Die Organisation der Meierei Horst eG weist eine flache Hierarchie in der Führung auf. Es gibt einen Betriebsleiter und einen Stellvertreter. Beide sind Meister Milchwirtschaft. Das höchste Entscheidungsorgan ist die Generalversammlung der Genossenschaft. Diese bestellt 3 Vorstände und 3 Aufsichtsratsmitglieder.

In der Verwaltung herrscht ein hoher Grad an Selbstorganisation.

Es wurden im Jahr 2013 keine Fortbildungen in Anspruch genommen.

Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik

Alle Mitarbeiter haben für ihre Arbeitsleistung mindestens 10 € Stundenlohn erhalten. Es wird damit weit über Tarif bezahlt. Alle Mitarbeiter erhalten ein 13. Monatsgehalt und haben 30 Tage Urlaub.

Bedingt durch die tägliche Milchanlieferung muss auch jeden Samstag, Sonntag und Feiertag zuverlässig jemand zum Dienst erscheinen.

Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten

Es gab 2013 keine Arbeitsunfälle. Ein Mitarbeiter befindet sich in einem Langzeitkrankenstand. Es gab keine Frühpensionierungen infolge Arbeitsunfähigkeit.

Es wurden keine freiwilligen, betrieblichen physischen und psychischen Angebote zur Gesundheitsvorsorge in Anspruch genommen.

Gleichstellung und Diversität

Alle Mitarbeiter der Produktion sind männlich. Frauen sind nur in der Verwaltung beschäftigt. Es wäre erfreulich, wenn es gelingt, Mitarbeiter ab 2014 in die Erzeuger- und Konsumgenossenschaft einzubeziehen.



C2 GERECHTE VERTEILUNG Der Erwerbsarbeit

Senkung der Normalarbeitszeit

Kennzahlen

- Durchschnittliche Arbeitszeit je Beschäftigten: 40 h
- Quote der All-Inclusive-Arbeitsverträge (incl. Überstunden): 1

In der Meierei wurden keine Maßnahmen zur Arbeitszeitverkürzung angeboten. Die reguläre Arbeitszeit pro Beschäftigten beträgt 40 h/Woche. Aufgelaufene Überstunden werden über Arbeitszeitkonten abgebaut.

Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung)

Kennzahlen

- Zeitarbeitsquote: 0%
- Teilzeitquote: 10 VZ : 2 TZ : 3 Mini
- Neueinstellungen: 1

Es gibt keine Zeitarbeit in der Meierei Horst eG. Teilzeitarbeit gibt es nur in der Verwaltung, nicht jedoch in der Produktion.

Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit

Bei der Planung der Schichten und Arbeitszeiten wird versucht, die Belange der Arbeitnehmer zu berücksichtigen. Bei den notwendigen Wochenenddiensten wird eine gerechte Verteilung angestrebt.

Es werden keine Weiterbildungen zu Selbst- und Zeitmanagement angeboten.

C3 FÖRDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Mitarbeiter dürfen während der Arbeitszeit so viel Milch trinken, wie sie möchten. Es gibt keine Kantine. Die Meierei hat eine lange Mittagspause, damit die in der Nähe wohnenden MitarbeiterInnen Ihre Mittagspause Zuhause verbringen können.



Ernährung während der Arbeitszeit

	Teilweise saisonal/ regional vegetarisch/vegan	Mehrheitlich saisonal/ regional vegetarisch/vegan	Überwiegend saisonal/ regional vegetarisch/vegan	Bio- Anteil (in%)
Angebote im Unternehmen	nur Milch während der Arbeitszeit, kein Mittagsangebot			
Tatsächliches Verhalten der MA	unbekannt, da MA Mittags nach Hause fahren			

Mobilität zum Arbeitsplatz

Kennzahlen/ wichtige Daten

	Gesamt KM für das Unternehmen	Durchschnittlich pro MA
Flugreisen	0	0
Auto/ PKW einzeln: 6	5.400	900
Car-Sharing	0	0
ÖPNV	0	0
Fahrrad/ Fuß: 6	2.520	420

Alle Mitarbeiter wohnen entweder im selben Ort oder im direkten Umland. 6 MitarbeiterInnen kommen zu Fuß oder per Fahrrad. Die restlichen Mitarbeiter kommen einzeln mit ihrem PKW

Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Es gibt einen intensiven Kontakt zwischen den MitarbeiterInnen, auch zwischen MitarbeiterInnen der Verwaltung und der Produktion. Informationen werden auf kurzem Wege ausgetauscht.

Durch das sensible Produkt bestehen hohe Anforderungen an Hygiene und Arbeitskleidung. Den Produkten wird die erforderliche Wertschätzung entgegengebracht. Die Reinigung der Arbeitskleidung wird von der Meierei durch einen externen Dienstleister erbracht.

Der anfallende Müll und die Reststoffe werden sorgfältig getrennt und entsprechend entsorgt.



C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen

Die Spreizung zwischen dem geringsten und dem höchsten Einkommen (Bruttolohn inkl. aller Zulagen) für Vollzeitäquivalent entspricht dem Verhältnis 1 : 3,2. Aufgrund der Unternehmensgröße wird der Betrieb hier als erfahren eingestuft.

Mindesteinkommen

Das Mindesteinkommen im Unternehmen beträgt 10 €/ Stunde. Das Mindesteinkommen ermöglicht den Beschäftigten damit ein auskömmliches Leben in der Region.

Transparenz und Institutionalisierung

Die Höhe der Einkommen ist nicht transparent. Die Gehälter werden bei der Einstellung individuell auf Basis von Erfahrung und Ausbildungsgrad verhandelt.

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

Grad der Transparenz

Der Grad der Transparenz ist 2013 noch recht niedrig. Wichtige Informationen werden für alle Interessierten über die Website verbreitet. Protokolle der Vorstands- und Aufsichtsratssitzungen sind für Mitglieder der Genossenschaft einsehbar. Mitarbeiter konnten 2013 jedoch noch kein Mitglied der Genossenschaft werden. Weitere interne Informationen und Entscheidungen sind von Mitarbeitern nicht einsehbar.

Legitimierung der Führungskräfte

Die Vorstände und Aufsichtsräte werden auf der Generalversammlung der Genossenschaft von den Mitgliedern einmal jährlich gewählt. Die Betriebsleitung wird vom ehrenamtlichen, gewählten Vorstand bestellt. Damit ist die Legitimierung der Führungskräfte vorbildlich.

Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen

Innerbetriebliche Entscheidungen werden vom Vorstand und Aufsichtsrat gemeinsam legitimiert. Eine Mitbestimmung von Arbeitnehmerseite ist in der Genossenschaft nicht vorgesehen.



Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen

Eigentümer der Genossenschaft sind bis zur Umwandlung Mitte 2014 zu 100 % die milchliefernden Landwirte. Mitarbeiter können ab der Umwandlung der Genossenschaft in eine Erzeuger- und Konsumgenossenschaft Mitte 2014 als Konsumenten ebenfalls Miteigentümer werden.

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf)

Übersicht zur Einschätzung der Maßnahmen

Marketing/ Verkaufsmaßnahme	% ualer Anteil am Marketing/ Verkaufsbudget
Keine	-

In den halbjährlich stattfindenden Gesprächen mit den Kunden des Großhandels wurde hauptsächlich der Milchpreis thematisiert und neu ausgehandelt.

Die hergestellten Produkte sind von hoher Qualität und Güte und dienen der Befriedigung von Grundbedürfnissen. Die Kunden erhalten über Produktdatenblätter technische Informationen zu den Produkten.

Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen

Der Verkaufspreis der hergestellten Produkte orientierte sich 2013 noch an den marktüblichen Preisen, die jedoch nicht dazu geeignet sind, die Art der Herstellung auf den Höfen auch in Zukunft zu gewährleisten. Durch die Umwandlung der Genossenschaft in eine Erzeuger- und Konsumgenossenschaft im Jahr 2014 soll sich eine vorbildliche Herstellungsweise unter Berücksichtigung von Tierwohl und Art der Fütterung auch auf den Rohmilchpreis für Landwirte auswirken. Daher sollen die Preise soweit angehoben werden, dass die Art der Milcherzeugung ein auskömmliches Leben für Mensch und Tier ermöglicht.

Vertrieben werden die frischen Produkte hauptsächlich in der Region über Supermärkte und Großhändler.

Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung

Bisher gibt es keinen Einfluss der Kunden auf die Entwicklung von Produkten. Es werden ausschließlich traditionelle Produkte hergestellt die schonend verarbeitet werden. Wünsche der Kunden werden jedoch soweit möglich berücksichtigt.

Service-Management

Da es sich bei den Produkten um leicht verderbliche Waren mit begrenztem MHD handelt, werden die Kunden täglich angerufen um die Bestellmengen abzufragen. Beschwerden durch Kunden werden individuell gehandhabt und wenn möglich zu Ihrer Zufriedenheit gelöst. Kunden mit verdorbener Ware wird z.B. Ersatz angeboten.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie

Informationen werden nicht offengelegt. Es besteht dennoch eine Kommunikation zwischen Molkereimeistern konkurrierender Unternehmen. Die Meierei Horst eG ist Mitglied in dem Verein der Milchverarbeiter in Schleswig-Holstein, in der gemeinschaftlich Kontrolluntersuchungen durchgeführt werden.

Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme

Aufträge, Arbeitskräfte und Finanzmittel werden bisher nicht mit anderen Unternehmen ausgetauscht.

Jedoch hat die Meierei Horst eG einen Vertrag mit de Öko Melkburen geschlossen, um die Abfüllung der Bio „4 Jahreszeiten Milch“ nach Bioland-Standard zu ermöglichen.

Diese Milch wird nur pasteurisiert, also schonend auf 72-74 °C erwärmt. Da sie nicht homogenisiert ist, rahmt die Milch auf und muss vor dem Verzehr leicht geschüttelt werden.



D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen

Die Rohmilch kommt zu 100 % von meist kleinbäuerlichen Betrieben mit 20-100 Milchkühen aus dem direkten Umland. Die konventionelle Milch wird von 14 Familienbetrieben erzeugt, die Bio-Milch von drei Bioland-Betrieben.

Die Rohmilch wird täglich von einem Milchwagen auf den Höfen abgeholt und direkt in der Meierei abgepumpt.

Um Bio-Milch von konventioneller Milch zu trennen, gibt es dafür separate Abhol-Touren und Tanks, in der die Rohmilch kurzzeitig bis zur Verarbeitung zwischengelagert wird.

Die Produkte werden über den Groß- und Einzelhandel hauptsächlich an Kunden in Schleswig-Holstein und Hamburg vertrieben. Die Produkte sind dadurch im ökologischen Vergleich zu Produkten von MitbewerberInnen von folgendem Nutzen:

- Die kleinbäuerliche Landwirtschaft erhält durch Weidewirtschaft und Landschaftspflege die Artenvielfalt und Kulturlandschaft in der Region
- Der Weidegang und die Grasfütterung dient im Sinne des Tierwohls der Artgerechten Haltung
- Die kurzen Transportwege der Rohmilch, die kurze Anfahrtswege der MitarbeiterInnen und die kurzen Transportwege zum Endkunden schaffen es, gleichwertige Produkte mit weniger CO₂-Belastung herzustellen

Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum

Die Rohmilch wird schonend verarbeitet zu wohlschmeckenden, weitgehend naturbelassenen Produkten mit lebendigen Kulturen. Die Art der hergestellten Produkte sind für Küchen, in denen auf Qualität statt auf Quantität gesetzt wird, unerlässlich.

Die Produktionsprozesse sind nicht vollautomatisiert sondern werden an zahlreichen Stellen durch Handarbeit ausgeführt. Dies wirkt sich positiv auf die CO₂-Emissionen aus.

Die eingesetzten Produktionsmittel werden sorgsam behandelt um die Lebensdauer zu erhöhen und die einzusetzenden Ressourcen zu schonen.



Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologische Aspekte den KundInnen gegenüber

Für zahlreiche Kunden stehen die Frische, die Regionalität und die hohe Qualität der hergestellten Produkte im Vordergrund. Diese Aspekte stehen auch in der Kommunikation mit den Kunden im Vordergrund. Diese Kunden sind den Produkten auch nach der Preisanpassung im Zuge der Neuausrichtung 2014 treu geblieben.



D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen

Bestellungen werden i.d.R. per Telefonanruf entweder durch den Kunden oder durch die Meierei bzw. per Fax entgegengenommen. Internetbestellungen sind nicht möglich. Auch Privatpersonen erhalten bei einem größeren Bedarf an Produkten diese auf Nachfrage im Werkverkauf.

Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt

Die Meierei Horst eG ermöglicht Schulen, Schulmilch zu beziehen und unterstützt diese bei der zeitaufwändigen Abrechnung.

KMU-Großhändler erhalten dieselben Preise und Konditionen wie Konzerne. Förderungswürdige Strukturen wie KMU werden damit unterstützt.

Die Produkte werden hauptsächlich in der Region vertrieben.

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette

Es gibt eine Kooperation mit der Öko Melkburen GmbH, für die auf Basis eines Vertrages die Bio „4 Jahreszeiten Milch“ abgefüllt wird.



Die liefernden konventionellen Landwirte sind Partnern der Wertschöpfungskette und bestimmen durch die Organisationsform der eingetragenen Genossenschaft bei den Entscheidungen des Unternehmens mit.

Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards

Durch die regionalen Akteure entlang des gesamten Produktionsprozesses wird eine vorbildliche regionale Wertschöpfungskette unterstützt. Zusätzlich erfüllt die Meierei Horst eG die Anforderungen und strengen Kontrollen durch Bioland um die Bio „4 Jahreszeiten Milch“ von De Öko Melkburen abzufüllen.

Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe

Die Art des Unternehmens war traditionell sehr verbreitet, ist jedoch heute nur noch die Ausnahme. Diese Art der Erzeugung der Milchprodukte ist durch die niedrigen



marktüblichen Milchpreise an vielen Standorten eingestellt worden und wurde durch große bis sehr große Unternehmen ersetzt, sowohl auf Seiten der Meiereien als auch auf Seiten der milchproduzierenden landwirtschaftlichen Betriebe.

Durch die Abfüllung der Bio-Milch, dem Beitrag zum Erhalt der Kulturlandhaft und dem Erhalt der Familienbetriebe sind bei der Meierei Horst eG mehrere wesentliche sozialen und ökologischen Aspekte betroffen.

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen

Top 5 angebotene Produkte (in % des Umsatzes)	Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist es lebensnotwendig? (Dient es dem einfachen Leben, einem guten Leben, oder ist es Luxus?)	Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/ Erde	Negative mögliche/ tatsächliche Folgewirkung des P/D
Milch, 3,5%	Ja, Lebensgrundlage	Erfüllt mehrfachen Nutzen	Keine
Sahne	Ja, dient dem guten Leben und dem Luxus	Erfüllt mehrfachen Nutzen	Keine
Sauerrahmbutter	Ja, Lebensgrundlage	Erfüllt mehrfachen Nutzen	Keine
Frischkäse	Ja, dient dem guten Leben und dem Luxus	Erfüllt mehrfachen Nutzen	Keine
Milch, 1,5%	Ja, Lebensgrundlage	Erfüllt mehrfachen Nutzen	Keine

Milch, Butter, Sahne und Frischkäse sind Nahrungsmittel und dienen der Lebensgrundlage in jedem Alter. Während Milch und Butter zweifelsfrei als Grundnahrungsmittel angesehen werden können, dient der Einsatz von Sahne und Frischkäse zwar auch der Nahrungsaufnahme, kann jedoch eher dem guten Leben und dem Luxus zugeordnet werden.

Bewertung des Grundbedarfs in Relation zu möglichen/tatsächlichen Folgewirkungen des P/D:

Mögliche negative Folgewirkungen des übermäßigen Konsums von Milch, Sahne, Butter und Frischkäse kann Fettleibigkeit und Übergewicht mit den damit verbundenen gesundheitlichen Einschränkungen nach sich ziehen. Jedoch sind die Produkte weder stark verarbeitet noch mit Zusatzstoffen versehen und beeinträchtigen somit nicht den Satt-Hunger-Mechanismus. Stattdessen dienen sie bei maßvollem Genuss einer einfachen Lebensweise.

Beschreibung der Wirkung des P/D auf die Entwicklung des Menschen/ der Gemeinschaft bzw. auf die Regeneration/Schonung der Erde/Natur

Durch die kurzen Wege der Rohmilch und die weitgehend regionale Vermarktung der naturbelassenen Produkte tragen diese zu einer nachhaltigen Wirtschaft innerhalb eines regionalen Wertschöpfungskreislaufs bei. Durch die Form der betriebenen Landwirtschaft, der schonenden Verarbeitung der Rohmilch und dem regionalen Vertrieb der frischen Produkte kann der Produktionsprozess der Meierei in seiner nachhaltigen Wirkung als erfahren bis vorbildlich eingestuft werden.

Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen

Da die Rohmilch auf Höfen in kleinbäuerlichen Strukturen erzeugt wird, leistet die Herstellung der Produkte sowohl einen positiven ökologischen als auch sozialen Nutzen. Im Gegensatz zu Großbetrieben wird das Futter weitgehend eigenständig erzeugt. Auf die Rodung von Wäldern zum Anbau von Mais und Soja kann dadurch



verzichtet werden und es fällt kein unnötiges CO₂ an, um Futter, Rohmilch und Produkte zu transportieren. Stattdessen profitiert die direkte Umgebung von der offenen, zugänglichen Weidelandschaft.

Die hergestellte Milch ist ein frisches Produkt. Diese Milch wurde in den letzten Jahren von mehr und mehr Molkereien durch ESL-Milch, auch „länger frische Milch“ genannt, ersetzt. Dabei wird aus der Milch durch Druck und/ oder kurzzeitigem Erhitzen ein Großteil der Mikroorganismen entfernt. Diese Mikroorganismen sind in



der frischen Milch der Meierei Horst eG noch enthalten und sorgen dafür, dass die Milch nach Ablauf ihrer ca. 10-tägigen Haltbarkeit sauer und dick wird. Aus der frischen Milch kann im Unterschied zur ESL-Milch vom Kunden selbst Dickmilch hergestellt werden.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Leistungen

Ein Kinderzirkus in der Region der sozial benachteiligte Familien unterstützt wurde im Abrechnungszeitraum durch eine Milchspende unterstützt.

Ansässige Schulen werden durch die Beantragung von öffentlichen Mitteln für Schulmilch unterstützt.

Die Meierei Horst eG ist Partner der örtlichen Feuerwehr für deren Einsätze die aktiven Mitarbeiter freigestellt werden.

Der Umfang aller Maßnahmen beläuft sich auf ca. 0,2 % des Jahresumsatzes im Berichtszeitraum. Damit hat die Meierei Horst eG erste Schritte unternommen, um ihren Beitrag zum Gemeinwesen zu leisten.

Wirkungen

Schulen können im Rahmen eines EU-Schulmilchprogramms Zuschüsse beantragen, um pro Kind und Tag 0,25 Liter verbilligte Schulmilch abgeben zu können. Die Meierei Horst eG unterstützt die Einrichtungen bei der Beantragung der Schulmilchbeihilfe.

Im Rahmen der Partnerschaft mit der örtlichen Feuerwehr werden die Mitarbeiter für Übungen und Einsätze freigestellt, um das Gemeinwohl bestmöglich zu schützen.

Intensität

Die Höhe der Unterstützung ist aufgrund der beengten Marktlage vertretbar.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Absolute Auswirkungen

Kennzahlen: Auflistung aller Emissionen/ möglichen negativen ökologischen Auswirkungen

Aspekt	Gesamt	Pro VZ-MA (11)
Strom/ Energieverbrauch	457.463 KWh	41.587 KWh/MA
CO ₂ -Ausstoß aufgrund von Heizung/ Wärme/ Produktion/ Sonstiges	274.538 kg	24.958
Wasserverbrauch in L/Tag	5 m ³	0,45 m ³
Müll unterteilt in Schadstoffklassen in t		
Kunststoffe und Verpackungen	5,15 t	0,47 t
Restmüll	3,06 t	0,28 t
Papier, Pappe	4,58 t	0,42 t
Duales System nach Materialfraktion in t		
Papier/Pappe/Karton	6,37 t	0,58 t
Getränkekartonverbunde	39,68 t	3,61 t
Sonstige Verbunde	3,12 t	0,28 t
Kunststoffe	34,30 t	3,12 t

Strom wird in der Klasse „umweltfreundlicher Strommix“ bezogen der ohne Kernkraft produziert wird. Frischwasser kommt hauptsächlich aus dem eigenen Brunnen.

Management und Strategie

Es gibt bereits eine Wärmerückgewinnung der Kühllhäuser. Dadurch konnte der Aufwand an einzusetzender Energie zur Kühlung deutlich reduziert werden.

Der CO₂-Ausstoß der für den Transport anfällt wird so klein wie möglich gehalten, da die Anlieferung der Milch mit einem Fahrzeug aus einem Umkreis von 20 km erfolgt.

Relative Auswirkungen

Da die frischen Produkte auch regional abgesetzt werden, verhält sich auch hier der CO₂-Ausstoß besser als der Branchendurchschnitt. Jedoch müssen die Produkte aufgrund der begrenzten Haltbarkeit häufiger an die Läden verteilt werden. Diese Strategie soll jedoch bewusst beibehalten werden, um die frischen Produkte zu erhalten.

Die Meierei besitzt einen eigenen Brunnen, um das benötigte Frischwasser für den Verarbeitungsprozess bereitzustellen.



E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

Außenausschüttung

Eigentümer der Meierei Horst eG sind 2013 die liefernden Landwirte, die entsprechend ihrer Jahresmilchleistung Genossenschaftsanteile halten. Anfallender Gewinn wird unterjährig durch eine höhere Milchgeldauszahlung an die Eigentümer ausgezahlt.

Externe Eigentümer gibt es außer den liefernden Landwirten 2013 nicht. Da der Gewinn vollständig an die arbeitenden liefernden Landwirte zurückfließt, sind die als Liefer-Genossenschaften organisierten Meiereien im Bereich der Außenausschüttung als vorbildlich einzustufen. Es wird kein Gewinn an andere externe Eigentümer ausgeschüttet. Aufgrund der Marktstrukturen und dem daraus resultierenden niedrigen Milchpreis ist jedoch auch bei den Landwirten zu wenig an Rohmilchpreis bzw. Gewinn angekommen, um ihre familiengeführten Höfe in der vorherrschenden Art zu erhalten.

Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung

Da der Milchmarkt in den letzten Jahren stark unter Druck stand und dies den halbjährlich verhandelten Preis des Großhandels auf niedrigem Niveau hielt, wurden keine nennenswerten Investitionen getätigt oder Rücklagen dafür gebildet.

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Transparenz

Die Meierei Horst eG präsentiert sich mit einer Homepage der Öffentlichkeit. Mit dieser ersten Gemeinwohlbilanz wird erstmals ein umfassender Unternehmensbericht für Landwirte, Mitarbeiter, Konsumenten und Unterstützer zur Verfügung stehen.

Mitbestimmung

Eine Mitbestimmung in der Gesellschaftsform der Genossenschaft ist nur für Mitglieder der Genossenschaft und deren gewählten Vertreter vorgesehen. Der Aufsichtsrat tagt gemeinsam mit dem Vorstand in 4-wöchigem Abstand um anstehende Entscheidungen zu beraten und zu entscheiden.



AUSBLICK

KURZFRISTIGE ZIELE

Im Juli 2014 wird die Meierei Horst eG aufgrund der Initiative und dem Engagement von de Öko Melkburen GmbH als erste Meierei in Deutschland in eine Erzeuger- und Konsumgenossenschaft umgewandelt. Statt die Meierei zu schließen und die erzeugte Milch anderswo zu verarbeiten, soll die Meierei Horst eG erhalten werden. Die Existenz der Meierei in dieser Form stellt einen wichtigen Baustein in der regionalen Wertschöpfungskette der Region dar.

Die Konsumenten der frischen Produkte sollen durch die Öffnung der Genossenschaft in diese regionale Wertschöpfungskette einbezogen werden. Durch die Verteilung des Eigenkapitalanteils auf viele Schultern sollen Konsumenten so in die Lage versetzt werden, Verantwortung für Ihre Region und die dort erzeugten Premiumprodukte zu übernehmen.

Die Verpackungen werden danach gründlich überarbeitet und die Besonderheiten der Produkte und der Erzeugung herausgestellt. In einem weiteren Schritt wird eine Preisanpassung an die Qualität der Produkte vorgenommen.

LANGFRISTIGE ZIELE

Langfristig soll die Meierei Horst eG die Produktion der traditionellen, handwerklich hergestellten Premiumprodukte aufrechterhalten und damit den Preis erzielen der notwendig ist, um den regionalen Wertschöpfungskreislauf zu erhalten und den Beschäftigten der Meierei eine nachhaltige Existenz zu sichern.

Die kleinbäuerlichen Familienbetriebe der Erzeugung sollen bestehen bleiben und die Höfe sollen nicht „wachsen oder weichen“ wie das in der Branche inzwischen üblich ist sondern weiterhin ihren Beitrag zum Erhalt der einmaligen Weide- und Kulturlandschaft leisten können.

Dazu sollen verbindliche Kriterien zwischen Landwirten und Konsumenten erarbeitet werden, die den Landwirten langfristig einen Milchpreis garantieren, der deutlich über dem Marktpreis liegt, die Landwirte aber nicht zu der für kleine Höfe aufwändigen Bio-Zertifizierung zwingt.

Um langfristig einen besseren Preis für die frischen Premiumprodukte an der Ladentheke zu erzielen, müssen die Konsumenten über die Zusammenhänge zwischen dem Preis an der Theke und den Bedingungen der Erzeugung aufgeklärt werden.



BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht von Unternehmen involviert?

Dr. Tatjana Tegel, Aufsichtsrätin der Meierei Horst eG (ab Juli 2014)

Welche Stakeholder waren involviert?

- Angela Becker, Mitarbeiterin der Verwaltung der Meierei Horst eG
- Maik Berger, Betriebsleiter der Meierei Horst eG
- Hans Möller, Vorstand der Meierei Horst eG und Geschäftsführender Gesellschafter der Öko Melkburen GmbH (ab Juli 2014)

Über welchen Zeitraum wurde beides erstellt?

Die Anfertigung des GWÖ-Berichts und der GWÖ-Bilanz erfolgte zwischen Oktober 2014 und April 2015.

Wieviele Frau/Mann-Arbeitsstunden wurden dafür verwendet?

Es wurden für die Anfertigung ca. 110 Arbeitsstunden aufgewendet.

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Die MitarbeiterInnen wurden auf einer Versammlung über die Erstellung informiert. Nach der Fertigstellung wird der Bericht in der Meierei ausgelegt und im Internet veröffentlicht.

Datum: 08. April 2015

