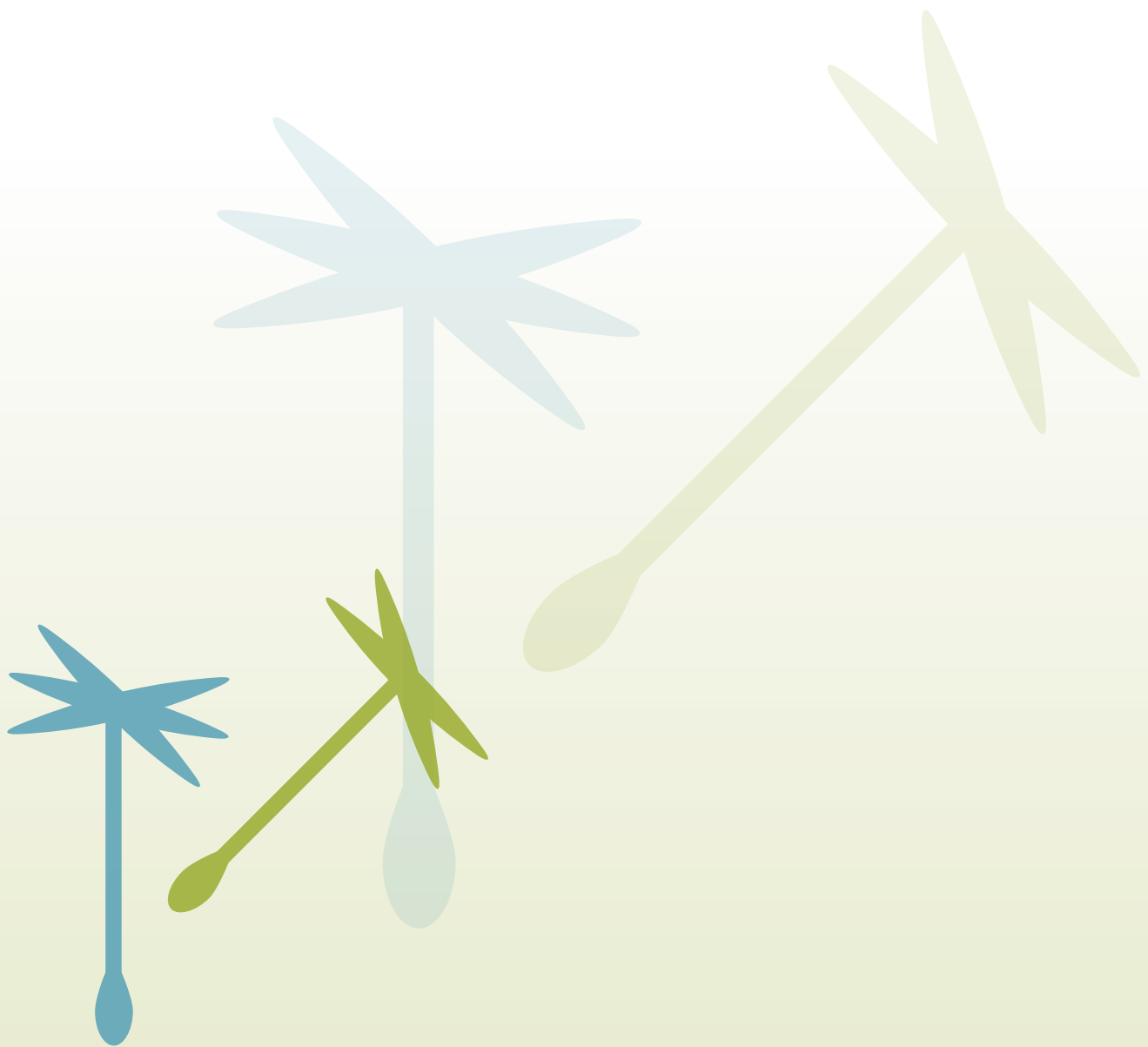


# Gemeinwohl-Bericht der OIKOPOLIS-Gruppe

erstellt 2014

GEMEINWOHL  
**ÖKONOMIE**   
Ein Wirtschaftsmodell  
mit Zukunft



#### **Hinweise:**

Die vorliegende Publikation erschien im Februar 2015, basiert jedoch auf Daten des Geschäftsjahres 2013, da diese die Grundlage des im Sommer 2014 durchgeführten Audits zur Gemeinwohlbilanz der OIKOPOLIS-Gruppe waren. Auf ihnen beruhte der Ende Oktober 2014 ausgestellte Prüfbericht der Auditoren. Dessen tabellarische Kurzfassung (vgl. hinten, innerer Umschlag) wird im vorliegenden Bericht detailliert aufgefächert – ganz im Sinne des mit der Gemeinwohl-Auditierung einhergehenden Transparenz-Gebots.

Die Gliederung folgt dabei den Vorgaben der Gemeinwohl-Ökonomie bzw. deren Impulsfragen zu den einzelnen Gemeinwohl-Indikatoren. Dementsprechend gibt es des Öfteren inhaltliche Überschneidungen zwischen den einzelnen Abschnitten.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden bisweilen nur die männliche Sprachform (Bauer, Mitarbeiter, Verbraucher etc.) verwendet. All diese Passagen beziehen sich jedoch ausdrücklich auf Personen beiderlei Geschlechts.

#### **V.i.S.d.P.:**

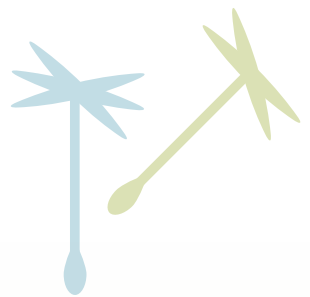
Verantwortlich im Sinne des Presserechts ist die OIKOPOLIS Participations SA, vertreten durch Änder Schanck. Das Copyright für die verwendeten Text- und Bildelemente liegt, so weit nicht anders vermerkt, bei der OIKOPOLIS Participations SA.

# Inhalt

Editorial	4
Die OIKOPOLIS-Gruppe	6
A1 Ethisches Beschaffungsmanagement	7
1. Lebensmittel	7
2. Transport	10
3. Energie	10
4. Verpackung	11
5. Büromaterial	13
B1 Ethisches Finanzmanagement	13
C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	14
1. Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und –strukturen	14
2. Faire Beschäftigung und Entgeltpolitik	17
3. Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/flexible Arbeitszeiten	18
4. Gleichstellung und Diversität	19
C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	20
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeiter	20
C4 Gerechte Einkommensverteilung	21
C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz	21
D1 Ethisches Verkaufen	23
D2 Solidarität mit Mitunternehmen	25
D3 Ökologische Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen	27
D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	28
D5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards	30
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung unserer Produkte bzw. Dienstleistungen	32
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	33
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	38
E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung	40
E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung	41

# Editorial

## Die erste Gemeinwohl-Bilanz der OIKOPOLIS-Gruppe: Ein Rückgriff auf die Gründungsideale der BIOG



Im Oktober 2014 hat ein externer Prüfbericht die Gemeinwohl-Orientierung der OIKOPOLIS-Betriebe (BIOG, BIOGROS, NATURATA u.a.) schriftlich bestätigt. In einem mehrstufigen Prozess haben unabhängige Auditoren der OIKOPOLIS-Gruppe 633 von 1.000 möglichen Punkten gegeben und ihnen damit eine laut offizieller Bewertung „vorbildliche Gemeinwohlorientierung“ zertifiziert. Dafür gab es drei „Zukunftssämchen“, mit denen wir unsere Unternehmensauftritte nun schmücken dürfen. Auf den Startseiten unserer Homepage [www.oikopolis.lu](http://www.oikopolis.lu), [www.biog.lu](http://www.biog.lu), [www.naturata.lu](http://www.naturata.lu), [www.biogros.lu](http://www.biogros.lu) fungiert das Sämchen-Piktogramm der Gemeinwohl-Ökonomie als Link auf weitere Informationen zum Thema.

## Wunsch und Wirklichkeit

Über die Anerkennung der Auditoren haben wir uns umso mehr gefreut, als die OIKOPOLIS-interne Arbeitsgruppe „Gemeinwohl-Ökonomie“ in der Selbstevaluierung, die dem externen Auditierungsprozess vorausgegangen war, sehr selbstkritisch alle Abstände zwischen Wunsch und Wirklichkeit vermerkt hatte. Denn manchmal verhindern technische oder strukturelle Rahmenbedingungen wünschenswerte Verbesserungen – zumindest so lange, bis eine zufriedenstellende Lösung gefunden und umgesetzt ist.

Auf unserer „Wunschliste“ steht deshalb noch einiges, zum Beispiel recyclingfähige Verpackungen, die den Hygienevorschriften für Rohfleisch genügen, erneuerbare Energien auch in Gebäuden, die wir nur angemietet haben, oder die Möglichkeit für noch mehr MitarbeiterInnen, mit Transportmitteln des öffentlichen Nahverkehrs ressourcenschonend zur Arbeitsstätte und wieder nach Hause zu fahren.

Diese und andere Punkte hatten die Mitglieder des OIKOPOLIS-Gemeinwohl-Teams in der Audit-Vorlage festgehalten. Aus Sicht der erfahrenen Prüferinnen fielen sie gegenüber vielen anderen Dingen, die wir offensichtlich schon jetzt richtig machen, nicht allzu sehr ins Gewicht. Letztendlich wurde unsere Selbstanalyse von den Fachleuten genau so bewertet, wie wir sie intern sehen: als Herausarbeitung weitergehender Optimierungspotenziale.

## BIOG-Leitwert: Nachhaltigkeit – nicht nur ökologisch!

Um diese Verbesserungsmöglichkeiten zu finden, hatten wir schon 2011 Kontakt mit dem Centre de recherche public Henri Tudor aufgenommen. Gemeinsam mit den Experten für Nachhaltigkeitsdokumentation wurde ein auf die OIKOPOLIS-Betriebe abgestimmtes „Tool“ entwickelt, das eine genaue Analyse der CO<sub>2</sub>-Ausstöße erlaubt, die trotz aller Bemühungen um Energieeinsparung und Ressourcenschonung bei der Tätigkeit der OIKOPOLIS-Betriebe anfallen.

Bei den Gesprächen mit dem Tudor-Team wurde uns erst richtig bewusst, dass die OIKOPOLIS-Betriebe sich von Anfang an um Nachhaltigkeit bemühten, ohne es so zu nennen. Letztlich folgen alle aus der Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (BIOG) hervorgegangenen Betriebe nämlich den Leitwerten der Genossenschaft, die diese nun schon über 25 Jahre verfolgt. „Fair a kooperativ mat de Bio-Bauern“ lautet das selbst gesteckte BIOG-Ziel, das ökologische und soziale Aspekte beinhaltet.

Vor allem der Aspekt sozialer Nachhaltigkeit kommt nach unserer Meinung in der gesamten aktuellen Nachhaltigkeitsdiskussion zu kurz. Bereits im ersten Nachhaltigkeitsbericht der OIKOPOLIS-Gruppe, der 2013 erschien, haben wir betont, dass es nicht damit getan ist, Treibhausgas-Emissionen zu messen, zu kompensieren und an deren Reduzierung zu arbeiten. Allerdings fanden wir lange keine geeignete Methode zum Nachweis der Aspekte von Fairness und Kooperation, die für das unternehmerische Handeln der OIKOPOLIS-Betriebe genauso wichtig sind wie die Konzentration auf Bio-Produkte.

Dass die Nachhaltigkeitsgruppe der OIKOPOLIS-Betriebe den Green Team Award 2014 erhielt, war uns einerseits Bestätigung, andererseits aber auch Ansporn auf dem bereits eingeschlagenen Weg, auch die soziale Nachhaltigkeit des OIKOPOLIS-Handelns transparent zu dokumentieren und damit vergleichbar zu machen.



## „Mit Ethik zum Erfolg“

Aus dem Kreis der OIKOPOLIS-Nachhaltigkeitsgruppe kam dann irgendwann der Hinweis auf die aufblühende Bewegung der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), deren Gründer Christian Felber von immer mehr Pilotbetrieben unterstützt wurde. Wir luden den engagierten Publizisten mehrfach zu Vorträgen und Seminaren im Rahmen von „OIKOPOLIS am Dialog“ nach Luxemburg ein und widmeten unsere Nachhaltigkeitsgruppe zur „Gemeinwohlgruppe“ um. In der bewährten Besetzung verantwortlicher Mitarbeitender verschiedener OIKOPOLIS-Betriebe und -Bereiche erstellte die Gruppe eine erste Bestandsaufnahme Gemeinwohl-relevanter Aspekte der OIKOPOLIS-Tätigkeit – immer in Anlehnung an die offizielle Matrix der GWÖ.

Im November 2014 wurde das OIKOPOLIS-Netzwerk dann selbst als Pilotbetrieb der Gemeinwohl-Ökonomie einer breiteren Öffentlichkeit und der deutschsprachigen Presse vorgestellt, denn die Initiatoren der Gemeinwohl-Bewegung luden uns zu einer internationalen Konferenz nach Frankfurt ein. Bei der Podiumsdiskussion zum Thema „Mit Ethik zum Erfolg – Mittelstand entdeckt Gemeinwohl-Bilanzierung“ vertrat Änder Schanck als Vorstandsvorsitzender der OIKOPOLIS-Gruppe nicht nur deren Betriebe, sondern gewissermaßen ganz Luxemburg. Es gibt zwar ein „regionales Energiefeld“ zum Thema Gemeinwohl-Bilanzierung, das sich im Nachgang zu Christian Felbers Vorträgen im OIKOPOLIS-Zentrum zusammengefunden hat, aber bisher ist noch kein weiterer Betrieb aus dem Großherzogtum von der GWÖ zertifiziert worden.

## Gemeinwohlbilanz ergänzt Nachhaltigkeitsbericht

Die Mitglieder der OIKOPOLIS-Gemeinwohlgruppe trafen sich immer wieder außerhalb der Arbeitszeit. Für dieses Engagement bedanke ich mich bei Peter Altmayer, Patrick Kolbusch, Clemens Lageder, Andreas Loch, Roland Majerus, Sigmund Walbaum und Jeff Weydert. Gemeinsam konnten wir das Ausgangsmaterial für den vorliegenden Bericht erarbeiten.

Glücklicherweise konnten wir in dieser wichtigen Phase auf zusätzliche „Manpower“ zurückgreifen, denn Alois Clemens Lageder brachte im Rahmen seines berufsbegleitenden Studiums so viel Zeit und Energie in das Projekt ein, dass über Monate hinweg das mehrstufige Auditierungsverfahren vorbereitet und durchgeführt werden konnte – mit dem eingangs beschriebenen, sehr erfreulichen Ergebnis. Die Veröffentlichung der extern zertifizierten Gemeinwohl-Bilanz ist offizieller Bestandteil der Auditierung. Der vorliegende Bericht, den Clemens Lageder gemeinsam mit der OIKOPOLIS-Redakteurin Margot Scheffold verfasst hat, wurde von der Agentur OIKO-Consulting gelayoutet – auch ihnen gilt mein Dank.

Dem Gemeinwohl-Bericht wünsche ich viele kritische Leserinnen und Leser, denn in Ergänzung des OIKOPOLIS-Nachhaltigkeitsberichts ist er Diskussionsgrundlage für weitere Verbesserungen im Unternehmen. Zögern Sie deshalb nicht, Anmerkungen oder Nachfragen jeglicher Art an die Gemeinwohl-Gruppe weiterzuleiten ([gemeinwohl@oikopolis.lu](mailto:gemeinwohl@oikopolis.lu)). Jedes Feedback hilft uns weiter und ist deshalb mehr als willkommen!

Änder Schanck, Januar 2015



Die Mitglieder  
der OIKOPOLIS-  
Gemeinwohlgruppe  
Änder Schanck,  
Peter Altmayer,  
Patrick Kolbusch,  
Clemens Lageder,  
Andreas Loch,  
Roland Majerus,  
Sigmund Walbaum,  
Jeff Weydert (v.l.n.r.)

# Die OIKOPOLIS-Gruppe



**OEKimmO SA OIKOPOLIS s.à.r.l.**

1988 wurde die Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (BIOG) als Gemeinschaft von Landwirten, Gärtnern und einigen anderen aktiven Mitstreitern für die Biolandwirtschaft in Luxemburg gegründet, um die von ihnen hergestellten Bio- und Demeter-Produkte gemeinsam zu vermarkten. So wollte man die Interessen der einzelnen Bauern bündeln und eine stärkere Gewichtung am Markt und in der Wertschöpfungskette erhalten. Ursprünglich war es angedacht, die Produkte direkt von der Genossenschaft an den Verbraucher zu liefern, doch dies war steuerrechtlich nicht möglich, ohne dabei den landwirtschaftlichen Status und die Subventionen zu verlieren. Aus diesem Grund wurde die Einzelhandelsgesellschaft NATURATA Luxembourg SA gegründet, deren erste Geschäftsstelle 1989 in Luxemburg Stadt ihre Pforten öffnete.

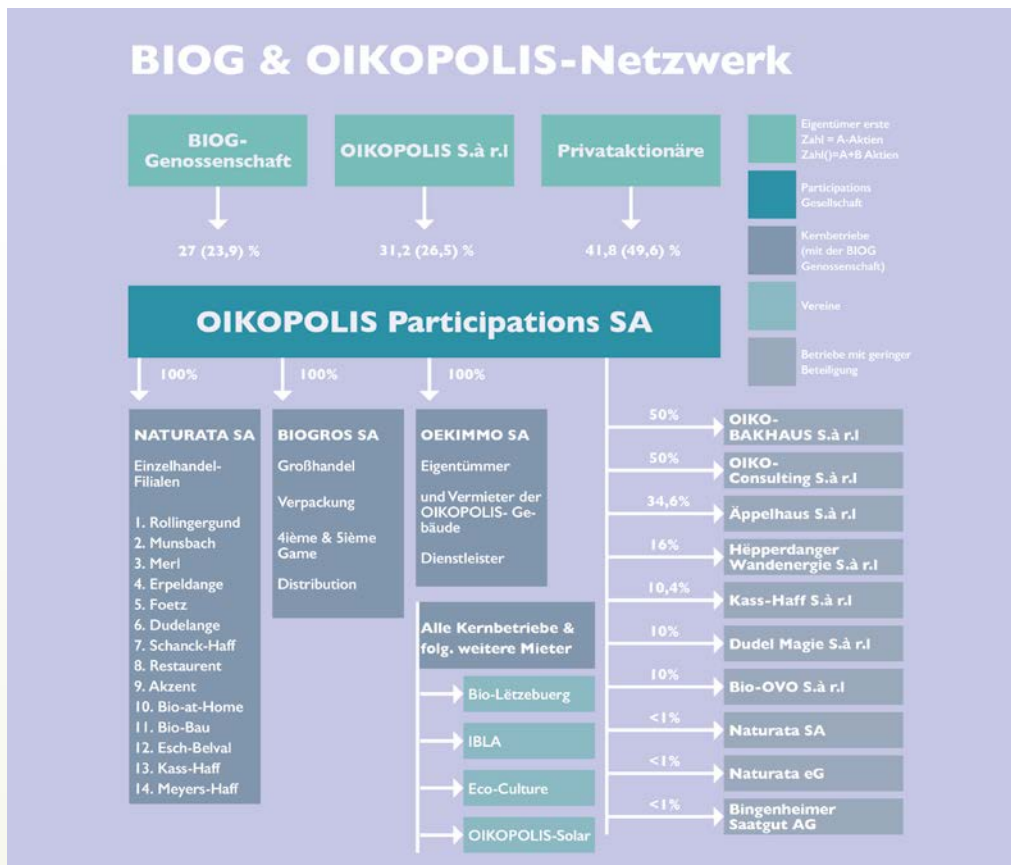
Der Laden im Rollingergrund etablierte sich rasch, und schon bald zeigte sich das ganze Potential der Biolandwirtschaft. Die Nachfrage nach Bioprodukten wuchs so stark, dass die Gründer an ihre Grenzen stießen, denn nicht alle nachgefragten Produkte konnten von den Luxemburger Biobauern selbst hergestellt werden. Damit wurden der Aufbau einer eigenen Logistik und letztendlich eine Öffnung des Sortiments unumgänglich. 1992 wurde deshalb der Großhandel und Importeur BIOGROS gegründet, dessen Ziel die Verteilung der BIOG-Produkte in Luxemburg und der Import anderer Bio-Produkte ist. Im Laufe von vier Jahren entstanden so drei miteinander vernetzte Wirtschaftsbetriebe (BIOG, NATURATA, BIOGROS) – nicht aus finanziellem Interesse, sondern aus praktischen Notwendigkeiten heraus, um die wichtigsten Funktionen der Wertschöpfungskette zu erfüllen. Diese drei Unternehmen bilden heute die Grundpfeiler der Unternehmensgruppe OIKOPOLIS.

Von Beginn an wurde versucht, die Assoziationsgedanken Rudolf Steiners in die Praxis umzusetzen. Deshalb nehmen sowohl BIOG als auch NATURATA und BIOGROS, die ja eigenständige Betriebe sind, an den von der OIKOPOLIS-Gruppe initiierten Marktgesprächen teil. Hinter diesen Gesprächen „am Runden Tisch“ steht die Absicht, über den Austausch zwischen allen Akteuren der Wertschöpfungskette die Zusammenarbeit zu optimieren und so ein konsensfähiges Gleichgewicht zu schaffen.

Im Jahr 2005 wurde die Unternehmensgruppe neu strukturiert. Dabei wurde durch den Impuls der beiden Hauptaktionäre BIOG und OIKOPOLIS sàrl die OIKOPOLIS Participations SA gegründet, die heute als zentrales Organ der Unternehmensgruppe fungiert. Die Aktionäre der Beteiligungsgesellschaft sind die BIOG-Bauern selbst, die zusammen mit der OEKimmO SA<sup>1</sup> gegründete OIKOPOLIS sàrl mit 24 Gesellschaftern, die vorwiegend aus dem Kreis der Mitarbeiter kamen, und 320 Privataktionäre. Damit haben alle drei Glieder der Wertschöpfungskette Anteile an der Gesellschaft: Bauern, Mitarbeiter und Konsumenten. Der Gesellschaftszweck der OIKOPOLIS Participations besteht hauptsächlich in der Beteiligung an Unternehmen, welche in ihren Tätigkeiten eine ökologische und soziale Zielsetzung verfolgen. Die Gesellschaft ist eine Holdinggesellschaft ohne eigene operative Aktivitäten. Die operativen Aktivitäten werden durch die drei hundertprozentigen Haupttochtergesellschaften, BIOGROS, NATURATA und OEKimmO<sup>1</sup>, getätigt. Durch diese drei Tochtergesellschaften nimmt die OIKOPOLIS Participations am Wirtschaftsleben teil.

<sup>1</sup> OEKimmO ist Eigentümerin des Grundstücks und der darauf stehenden zwei OIKOPOLIS-Gebäude in Munsbach.





## A1 Ethisches Beschaffungsmanagement

### 1. Lebensmittel

Der Großteil unseres Beschaffungswesens entfällt auf biologisch-organische und biologisch-dynamische Handelswaren, vor allem Lebensmittel, aber auch Bio-Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmittel, einige Haushaltswaren sowie Tierfutter. Als Lebensmittel-Händler sind wir bestrebt, in erster Linie auf unsere regionalen Bauern zurückzugreifen, um diese nachhaltig zu unterstützen. So war es von Anfang an unser erklärtes Unternehmensziel, die Produkte der Mitglieder der Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (BIOG) zu verarbeiten und individuelle Hofprodukte gemeinsam zu vermarkten.

Mittlerweile tragen rund 300 Produkte das von der Genossenschaft zusammen mit dem Großhändler BIOGROS entwickelte BIOG-Markenlogo. Das Sortiment dieser Waren umfasst hauptsächlich Obst und Gemüse sowie diverse Molkereiprodukte. Hinzu kommt eine wachsende Auswahl so genannter Trockenprodukte von Getreide und Mehl bis hin zu Feingebäck und Teigwaren, Frühstückscerealien, Marmeladen, Trockenfrüchten und Nüssen, Säften, Senf sowie verzehrfertigen Salaten und Suppen.



Ausschnitt aus dem rund 300 Einzelartikel umfassenden BIOG-Vollsortiment

All diese Waren sind biologisch zertifiziert und tragen das EU-Bio-Label sowie, im Falle biologisch-dynamischer Produkte, das Demeter-Zeichen. Sie sind in allen (aktuell zehn) Luxemburger NATURATA-Läden erhältlich, werden aber heute auch an konventionelle Supermärkte und andere (Bio-)Läden im Land geliefert. Der Bekanntheitsgrad der Marke BIOG wächst deshalb kontinuierlich. Immer mehr Menschen identifizieren in Luxemburg heimische Bio-Waren spontan mit „BIOG“. Die OIKOPOLIS-Betriebe bemühen sich, dieser Nachfrage zu entsprechen und entwickeln deshalb weitere (teil-)verarbeitete Lebensmittel auf der Basis regionaler Rohstoffe.

Dennoch bleibt das Sortiment dieser Erzeugnisse vergleichsweise begrenzt. Das erschwert die Vermarktungsmöglichkeiten erheblich. Für sich alleine genommen, hätten die originär Luxemburger BIOG-Produkte keine Chance auf eine dauerhaft effiziente Vermarktung im eigenen Land. Deshalb zählen auch solche Erzeugnisse zum BIOG-Sortiment, die Rohstoffe oder Zutaten Nicht-Luxemburger Herkunft enthalten, weil diese im Lande nicht oder in nicht ausreichender Menge angebaut werden können. Gleiches gilt für BIOG-Produkte, die außerhalb der Landesgrenzen konfektioniert werden, weil entsprechende Verarbeitungsmöglichkeiten in Luxemburg fehlen. Beide Produktgruppen runden das BIOG-Sortiment ab, verschaffen ihm größere Aufmerksamkeit und mehr Marktpräsenz.

Das Angebot des ebenfalls zur OIKOPOLIS-Gruppe gehörenden Biowaren-Großhändlers BIOGROS, der 1992 gegründet wurde, um den BIOG-Vertrieb logistisch zu professionalisieren, umfasst aber auch viele Importprodukte anderer, zumal in den Nachbarländern bekannter, Biomarken. Auch diese erfüllen eine strategische Funktion im Hinblick auf das Luxemburger BIOG-Sortiment, denn nur mit ihnen kann BIOGROS die „kritische Masse“ erreichen, die für das Aufrechterhalten einer sich selbst tragenden Infrastruktur und Logistik notwendig ist. Damit ordnen sich die Importprodukte in ihrer strategischen Bedeutung ganz klar den einheimischen Bio-Erzeugnissen unter, wie dies beim Markenaufbau der BIOG-Produkte festgelegt wurde: „regionale Produkte an erster Stelle“ lautet der entsprechende Leitsatz der BIOG-Charta.



„Unsere Plus-Punkte“: die BIOG-Charta

**Die Plus-Punkte der BIOG-Produkte:**

- Solidarität - zu fairen Preisen**  
Unser Hauptziel ist die Produkte der Mitglieder der Bio-Bauern Genossenschaft zu verarbeiten. Gerechte Preise wollen wir dadurch erzielen, daß Produzent, Verarbeiter, Handel und Verbraucher kooperieren.
- Bio ist Standard**  
Es werden ausschließlich Produkte aus anerkannter biologischer Landwirtschaft verarbeitet und vermarktet. Damit sind Kunstdünger, Pestizide und Gentechnik in den Produkten weitgehend ausgeschlossen.
- EU-Bio Verordnung als Minimum**  
Bevorzugt werden jedoch Produkte, die entsprechend den Richtlinien eines der luxemburgischen Anbauverbände (Demeter oder bio-LABEL) produziert worden sind.

- Qualität, die Sie schmecken können**  
Mit Produkten der Marke BIOG unterstützen Sie die biologische und biologisch-dynamische Landwirtschaft, sowie die Mitglieder der Bio-Bauern-Genossenschaft Lëtzebuerg.
- mehr Qualität • mehr ökologische Landwirtschaft**

- Regionale Produkte an erster Stelle**  
Ist aber ein Bio-Produkt regional nicht verfügbar oder in nicht ausreichender Menge verfügbar, so wird dieses über den eng kooperierenden Großhändler BIOGROS s.ä.r.l. - oder seit kurzem auch über die Genossenschaft - bezogen.
- Import für Kontinuität**  
Durch den Import kann der Kunde uneingeschränkt auf seine gewohnten Produkte zurückgreifen, der Handel wird ohne Unterbrechung beliefert und Landwirte können leichter zu Umstellung bewegt werden, — denn der Absatz ist durch regelmäßiges Liefern gesichert.
- Umstellung ist das Ziel**  
Langfristiges Ziel ist auch diese Importprodukte, so weit wie möglich, durch Eigenanbau der BIOG-Mitglieder und durch regionale Verarbeitungsstrukturen, abzudecken.
- Klare Kennzeichnung**  
BIOG-Produkte werden durch die Warenzeichen der beiden Anbauvereine DEMETER bzw. bio-LABEL gekennzeichnet. Ist keines der beiden Anbauzeichen zutreffend, bzw. keine eindeutige Zuweisung wie bei Mischprodukten (Müsl) möglich, so wird das Produkt mit dem EU-BIO-LOGO gekennzeichnet.
- Transparenz schafft Vertrauen**  
Soweit wie möglich wird jedes Produkt zusätzlich mit dem Namen des Produzenten und/oder aber mit dem Herkunftsland gekennzeichnet.
- Kompromissloser Verzicht**  
Alle weiterverarbeiteten Produkte der Marke BIOG sind selbstverständlich ohne chemische Zusätze für Haltbarkeit und Geschmacksverbesserung hergestellt.
- Konsequente Kontrolle**  
Die Genossenschaft und BIOGROS werden, genauso wie alle Vorlieferanten, nach den Richtlinien der EU-Bio Verordnung durch eine unabhängige Prüfstelle kontrolliert.



Letztlich hat also jedes von BIOGROS im Großherzogtum in Verkehr gebrachte Bio-Produkt – unabhängig von seiner tatsächlichen Herkunft – einen Bezug zur Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg. Dieser Zusammenhang wird, so weit wie möglich, auf jedem Etikett einer BIOG-Produktverpackung erläutert: Dank der beschriebenen Synergie-Effekte bei der Vermarktung sind alle importierten Produkte – sowohl diejenigen der Marke BIOG selbst als auch diejenigen anderer Hersteller – für die heimische Bio-Lebensmittelproduktion überlebenswichtig. Deshalb unterstützen VerbraucherInnen vor allem mit dem Kauf von Produkten der Marke BIOG die biologische und biodynamische Landwirtschaft in Luxemburg – auch wenn nicht alle Rohstoffe dort erzeugt wurden.

*Herkunftshinweis auf  
einem BIOG-Etikett*



Regionale Produkte stehen für uns demnach an erster Stelle, unabhängig davon, ob die Produkte biologisch-organisch („bio“) oder biologisch-dynamisch („Demeter“) hergestellt wurden. Demeter-Produkte werden nur dann bevorzugt, wenn es darum geht, regional nicht ausreichend verfügbare Bio-Produkte durch Importmengen zu ergänzen. Aktuell erzielt unser Großhändler BIOGROS mit Demeter-Produkten 13,5% seines Umsatzes. Transparenz und Kontrolle bei der Einhaltung der jeweiligen Produktstandards sind uns wichtig. Als Mindeststandard gilt uns dabei das EU-Bio-Siegel. Bevorzugt führen wir jedoch Produkte, die den strengeren Richtlinien des Luxemburger Anbauverbands „Bio-Lëtzebuerg“ entsprechen. Unsere Einkäufer, insbesondere der Abteilung Obst und Gemüse, stehen in ständigem Austausch mit Herstellern und Lieferanten und überzeugen sich selbst von Zeit zu Zeit von den Produktionsbedingungen vor Ort. Eine systematische Kontrolle der jeweiligen Standards würde jedoch unsere Kapazitäten sprengen. Deshalb vertrauen wir hier auf die entsprechenden Zertifizierungsstellen und auf hauptamtliche Prüfer.



*EU-Bio-Siegel*

Im Kontakt zu unseren Lieferanten setzen wir, ebenso wie bei allen Partnern, auf langjährige Beziehungen. Eine mit allen Beteiligten abgestimmte faire Preisbildung ist uns dabei besonders wichtig, zumal das Unternehmen von Beginn an versucht, die assoziativen Gedanken Rudolf Steiners in die Praxis umzusetzen – auch und vor allem auf dem Weg der so genannten Markt<sup>2</sup> - und Anbau-Gespräche. Bei diesen kommen alle Vertreter einer Wertschöpfungskette – vom Bauern bzw. Hersteller oder Lieferanten über Verarbeiter, Groß- und Einzelhändler und andere Geschäftspartner bis zum Verbraucher – am sprichwörtlichen „runden Tisch“ zusammen, um über Produktmengen und -preise zu diskutieren. So soll Verständnis für die Position des jeweils anderen geweckt und im Bewusstsein der Gegenseitigkeit der Sinn fürs Ganze

<sup>2</sup> Das Marktgespräch ist ein Austausch der betroffenen Produzenten, Händler und Konsumenten über wirtschaftliche Belange

gestärkt werden. Dadurch wird die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Gliedern der Wertschöpfungskette optimiert. Auf diesem Weg ist es den TeilnehmerInnen der Rundtisch-Gespräche gemeinsam gelungen, den (Preis-)Druck auf die Landwirte spürbar zu mindern.

## 2. Transport

Transport und Verteilung der Handelswaren machen den zweitgrößten Anteil unseres Beschaffungswesens aus. Der von uns genutzte Fuhrpark besteht dabei überwiegend aus gemieteten LKWs sowie fünf kleineren Lieferwagen in Eigenbesitz. Fast alle Fahrzeuge sind neueren Baujahres und entsprechen deshalb den aktuellen Abgasnormen der EU. Zudem ist das Gros der schweren Nutzfahrzeuge mit spezifischen SCR-Katalysatoren zur Reduktion der Stickoxid-Emissionen ausgestattet.

Daneben verfügt die OIKOPOLIS-Gruppe über einen Firmenwagen mit reinem Elektro-Antrieb. Dieser Kleinwagen (Renault Zoe) steht allen Munsbacher OIKOPOLIS-MitarbeiterInnen für Dienstfahrten zur Verfügung. „Betankt“ wird er mit Strom aus unserer eigenen Ladestation, die an das Versorgungsnetz der OIKOPOLIS-Zentrale angeschlossen ist. Dort beziehen wir ausschließlich „grünen Strom“ aus erneuerbaren Energien (100% Wasserkraft).



*Ein Firmenwagen mit Elektro-Antrieb steht allen MitarbeiterInnen des OIKOPOLIS-Zentrums zur Verfügung*



*Die LKW-Flotte von BIOGROS wird geleast und entspricht deshalb aktuellen Abgasnormen*

## 3. Energie

Auch bei den weiteren Beschaffungspositionen des Unternehmens spielen alternative Energien eine wichtige Rolle. Vor allem die Unterstützung regenerativer Energien ist der OIKOPOLIS-Gruppe ein zentrales Anliegen. Schon seit Jahren versuchen wir, den Verbrauch fossiler Brennstoffe zu reduzieren. Bereits bei der Planung unserer beiden 2001 und 2006 in Betrieb genommenen Firmengebäude wurde deshalb auf technische Lösungen gesetzt, die dem jeweils aktuellsten Standard ökologischen Bauens entsprachen. Dazu zählen die ozonneutrale Ammoniak-Kälteanlage, eine adiabatische Gebäudeklimatisierung, stromsparende LED-Leuchttechnik, ein Gründach mit Photovoltaik-Anlage (Gesamtleistung 44 kW) sowie ein Blockheizkraftwerk, wodurch neben der Wärmegewinnung auch eigener Strom produziert wurde. Mittlerweile ist dies nicht mehr nötig, da unser Energieversorger 100 % „grünen Strom“ aus regenerativen Energien anbietet. Das OIKOPOLIS-Blockheizkraftwerk wurde deshalb vor kurzem abgeschaltet, da es nicht mehr wirtschaftlich ist. Sein Pufferspeicher dient momentan der Speicherung und Nutzung der zurückgewonnenen Abwärme, die durch die Produktion der Bio-Bäckerei „OIKO-Bakhaus“ anfällt. Auch die adiabatische Gebäudeklimatisierung ist nicht mehr in Betrieb, da der Wasserverbrauch für heutige Ansprüche zu hoch ist und die Gebäudetemperatur ohnehin nur geringfügig reduziert werden kann. Aus diesem Grund verzichten wir momentan auf jegliche Art der Klimatisierung.

An den erwähnten Photovoltaikanlagen ist die OIKOPOLIS Participations SA zwar nicht beteiligt, aber die OEKimmO SA hat AktionärInnen und MitarbeiterInnen der Unternehmens-Gruppe die Dachflächen zur Energiebewirtschaftung zur Verfügung gestellt. Daraus entstand die OIKOPOLIS Solar SECS (Société en commandite simple), die – ebenso wie eine ganze Anzahl von Kleinbetrieben ähnlicher Grundausrüstung – Mieter im OIKOPOLIS-Zentrum ist und insofern zum OIKOPOLIS-Netzwerk gehört.



*Das OIKOPOLIS-Zentrum in Munsbach beherbergt auch Betriebe mit ähnlicher Ausrichtung als Mieter*

Grundsätzlich entsprechen alle von der OIKOPOLIS-Gruppe alleine oder mit den jeweiligen Eigentümern zusammen geplanten Gebäude dem zur Bauzeit bestmöglichen Energiestandard. Einzig die von BIOGROS angemietete Halle „Wallenborn“ in demselben Gewerbegebiet wie das OIKOPOLIS-Zentrum entspricht nicht den ökologischen Standards. Abgesehen davon, verfügen wir in allen anderen Gebäuden über eigene Stromzähler, wodurch wir überall auf „Naturstrom“ aus regenerativen Energien zurückgreifen können. 2013 wurden 83 % des Gesamtstromverbrauchs der OIKOPOLIS-Gruppe einschließlich sämtlicher NATURATA-Filialgeschäfte (1.464.524 kWh von 1.763.297 kWh) mit „nova naturstrom“ von ENOVOS Luxembourg gedeckt. Der regionale Energieversorger mit Töchtern in Deutschland bezieht den Strom für den genannten Mix aus 25 skandinavischen Wasser- und Windkraftanlagen (24 in Norwegen, eine in Finnland), die alle jünger als sechs Jahre und damit hoch performant sind. Dies wird sich in Zukunft ändern, da unser Stromanbieter verstärkt auf regionalen Ökostrom setzen wird.

Daneben fördert die OIKOPOLIS-Gruppe auch die Gewinnung von Ökostrom in Luxemburg. Um den zum Teil noch immer unvermeidlichen Verbrauch an fossiler Energie durch die verschiedenen OIKOPOLIS-Betriebe zu kompensieren, hat sich die OIKOPOLIS Participations 2012 mit rund 16 % an der Hëpperdanger Wandenergie sàrl beteiligt. Diese ist ihrerseits mit 25 % aller Anteile Teilhaberin der landesweit wichtigsten Windpark-Betreiberin.

Auch eine Luxemburger Biogas-Anlage wird von den OIKOPOLIS-Betrieben regelmäßig beliefert. Ein Landwirt, der diese Anlage betreibt, sammelt vertragsgemäß sämtliche organischen Abfälle der OIKOPOLIS-Gruppe an deren einzelnen Standorten ein. Dazu gehören auch Obst und Gemüse, das nicht verkauft oder Mitarbeitern überlassen werden kann, sowie organische Abfälle aus unserer Restaurantküche, dem Filialbistro und aus der Herstellung unserer Bio-Convenience-Produkte.

#### **4. Verpackung**

Am ökologisch sinnvollsten wäre es sicherlich, ganz auf Verpackungen zu verzichten, doch dies ist – allein schon aufgrund gesetzlicher Hygienevorschriften – nicht möglich. Deshalb bemühen wir uns seit einigen Jahren, so weit wie



möglich umweltschonende und kompostierbare Verpackungsmaterialien einzusetzen. Lediglich unsere Verpackungen für Lebensmittel mit besonderen Hygieneanforderungen (z.B. Geflügel) enthalten Folien mit Polyethylen (PE) oder Polypropylen (PP) und sind deshalb nicht kompostierbar.



#### *Ökologische Verpackungsoptimierung ist bei BIOGROS eine ständige Herausforderung*

Dennoch sieht BIOGROS beim Thema Verpackung Optimierungspotential. So sind Verpackungen von Möhren aufgrund technischer Bedingungen noch nicht frei von Polyethylen, und die Etiketten auf den kompostierbaren Gemüseketten aus Baumwolle bestehen aktuell noch aus einem Material, das nur schwer biologisch abbaubar ist. Nach kompostierbaren Alternativen wird bereits gesucht.

Auch von Lieferantenseite werden einige Artikel, trotz aller Überzeugungsversuche seitens der Produktverantwortlichen bei BIOGROS, mit nicht kompostierbaren Folien versehen. Dabei handelt es sich um besonders empfindliche Obst- und Gemüsesorten, die zum Schutz vor Transportschäden fertig verpackt von BIOGROS angekauft werden (Kirschtomaten, Himbeeren, Heidelbeeren, Zuckermais und Rote Bete).

Seit 2011 betreibt BIOGROS im OIKOPOLIS-Zentrum ein Atelier für die Herstellung von Bio-Convenience-Produkten. Bei der Weiterverarbeitung der Frischwaren zu (Halb-)Fertiggerichten verschiedenster Art setzt BIOGROS aus produktionstechnischen Gründen keine kompostierbaren Materialien ein, denn für die bessere Haltbarkeit der Produkte wird die Verpackung mit einem Gasgemisch aus Kohlendioxid und Stickstoff befüllt. Kompostierbare Verpackungen erfüllen hierfür nicht die Barrierekriterien, da sie zu durchlässig sind.



*Im BIOGROS-Convenience-Atelier werden Bio-Gemüse und andere Bio-Zutaten zu (Halb-)Fertiggerichten weiterverarbeitet*

Wir sind stets bemüht, neue Lösungen zu finden, um Schadstoffe und Plastik zukünftig auch in diesem Bereich zu reduzieren. Insgesamt sind immerhin rund 70 % aller Obst- und Gemüse-Verpackungen und -Etiketten, die BIOGROS in Umlauf bringt, kompostierbar.

Betriebe der OIKOPOLIS-Gruppe bringen jedoch nicht nur Verpackungen auf den Luxemburger Markt, die in ihrem Auftrag hergestellt bzw. von ihnen für Produkte der eigenen BIOG-Marke verwendet werden. Viel größer ist der Anteil an Verpackungen von Produkten anderer Hersteller, die BIOGROS oder NATURATA importieren, um sie in Luxemburg zu vertreiben. Auch hier werden die OIKOPOLIS-Betriebe ihrer vom Gesetzgeber gewollten Verantwortung gerecht. Sowohl BIOG und BIOGROS als auch der Einzelhändler NATURATA sind Mitglieder des VALORLUX-Rücknahme- und -Recycling-Systems. Sie entrichten einen jährlichen Beitrag für alle Verpackungen, die sie landesweit in Umlauf bringen. 2013 betrug dieser Beitrag insgesamt 54.000 Euro, wobei die verwaltungstechnischen Erfassungskosten nicht eingerechnet sind.

## 5. Büromaterial

Ein relativ kleiner Anteil des Beschaffungswesens entfällt auf Büromaterial, doch auch hier bemühen wir uns um eine ökologische Optimierung. In den administrativen Prozessen der OIKOPOLIS-Gruppe wird seit Jahren nahezu ausschließlich Recyclingpapier verwendet. Dieses beziehen wir von Steinbeis Papier GmbH. Für Außenpublikationen und Verpackungen nutzen wir recyclebares Frischfaserpapier – allerdings nur solches, das aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammt und somit FSC-zertifiziert ist.

## B1 Ethisches Finanzmanagement

2005 wurde die OIKOPOLIS-Gruppe neu strukturiert. Dabei wurde auf Impuls der Hauptaktionäre die Beteiligungsgesellschaft OIKOPOLIS Participations SA gegründet, um die Betriebe OEKimmO, BIOGROS und NATURATA in der Dachgesellschaft zusammenzufassen und mit dieser ein gemeinsames Finanzierungsinstrument zu schaffen. Dank dieser Rechtsform können alle Glieder der Wertschöpfungskette (Bauern, MitarbeiterInnen, KonsumentInnen) Anteile an der Gesellschaft erwerben und sich auch in diesem Sinne an ihr beteiligen. Die Aktionäre der Beteiligungsgesellschaft sind die BIOG-Genossenschaft, die OIKOPOLIS sàrl mit ihren 24 Gesellschaftern, darunter etliche MitarbeiterInnen und andere Personen, die als Mitgründer der BIOG schon 1998 Initiativträger für den Bau des OIKOPOLIS-Zentrums waren, sowie weitere 320 Privataktionäre (Stand Oktober 2013 – nach der letzten öffentlichen Zeichnung von Unternehmensanteilen).

*Investitionsvorhaben der OIKOPOLIS-Gruppe werden u.a. durch Darlehen der Luxemburger Staatssparkasse finanziert, die von einer Zinsvergünstigung des Vereins etika profitieren (Grafik: etika)*





In der Vergangenheit wurden insgesamt drei Kapitalerhöhungen über den Weg eines öffentlichen Zeichnungsangebots durchgeführt (1999, 2006, 2013). So können auch Berührungsgruppen, die nicht im Unternehmen selbst aktiv sind, an der Förderung der ökologischen Landwirtschaft mitwirken.

Dank der auf diesem Wege eingeworbenen Mittel wird es der OIKOPOLIS Participations SA ermöglicht, sich an weiteren Unternehmen zu beteiligen, die in ihren Tätigkeiten eine ökologische und soziale Zielsetzung verfolgen. Diese Form der Unterstützung ist integraler Bestandteil des Gesellschaftsauftrags der Beteiligungsgesellschaft und in deren Gründungsstatuten verankert. Da es sich bei diesen Beteiligungen jedoch – bis auf zwei Ausnahmen – um den Erwerb von Unternehmensanteilen handelt und nicht um Schenkungen, werden diese Projekte vonseiten der Muttergesellschaft nicht ganz zinsfrei gefördert. Wir finden dies aufgrund der Opportunitätskosten und der Inflation angemessen, da ansonsten die durch die Investition anfallenden Kosten reale Verluste wären. Die Zinsen beliefen sich bis Ende 2014 auf 3 %.

Die OIKOPOLIS Participations ist nicht börsennotiert, und somit sind die von ihr emittierten Aktien auch nicht auf einem spekulativen Markt handelbar. Anders als im börslichen Aktienhandel ist hier der Finanzgewinn nicht oberstes Ziel der Anteilseigner, sondern – neben dem Aktienpreis selbst – nur ein weiteres Mittel zur Förderung der ökologischen Landwirtschaft in Luxemburg. Dementsprechend fallen die Dividenden, die den Anteilseignern ausgezahlt werden, relativ niedrig aus – eine Einschränkung, über die alle Aktionäre schon vor der Zeichnung schriftlich informiert wurden (u.a. über das Wertpapierprospekt zur letzten Emission im Jahr 2013). In der Satzung der OIKOPOLIS sàrl ist auch festgehalten, dass Anteile nur zum Nennwert übertragen werden können, so dass mit dem Wertzuwachs der Gesellschaft kein Gewinn gemacht werden kann.

Neben den Eigenkapitalerhöhungen auf dem Weg der öffentlichen Zeichnung erhalten die Dachgesellschaft und alle OIKOPOLIS-Betriebe Kredite bei der BCEE (Banque et Caisse d'Epargne de l'Etat = Staatsbank und -sparkasse Luxemburg). Diese werden über den Verein etika, der ein diesbezügliches Abkommen mit der BCEE hat, vergünstigt. Etika wurde von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) gegründet, „um dadurch alternative Finanzierungen zu fördern und Denkanstöße für die Entwicklung des ethischen Umgangs mit Geld zu geben.“ Über ihn werden vor allem Unternehmen und Initiativen gefördert, die dem Umwelt- und Naturschutz, der internationalen Solidarität und der Förderung des Sozialen und Kulturellen einen großen Platz einräumen.

## C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung

### 1. Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen

Unsere Unternehmenskultur zielt darauf ab, die Entscheidungsbeteiligung der Mitarbeitenden in den einzelnen Bereichen zu fördern. Dabei steht die Mitbestimmung immer in Relation zur Verantwortung, die die betreffende Person übernommen hat bzw. bereit ist zu tragen.

Der Begriff „Entscheidungsbeteiligung“ bedeutet für uns deshalb nicht, dass die Entscheidungen demokratisch durch Abstimmung herbeigeführt werden. Stattdessen stehen, ähnlich wie in den Assoziationsgedanken Steiners, Bewusstseinsbildung über die jeweiligen Bedürfnisse der anderen und Konsensfindung im Vordergrund. Im Sinne der Subsidiarität versuchen wir, MitarbeiterInnen in Entscheidungsfindungsprozesse mit einzubeziehen, so dass Entscheidungen nicht ausschließlich von Personen, die mehr Verantwortung tragen, gefällt werden. Wenn kein Konsens gefunden und keine Entscheidung getroffen werden kann, müssen die Entscheidungen auf übergeordneter Ebene gefällt werden, wo schlussendlich auch die Verantwortung getragen wird. Wir sind uns bewusst, dass solche subsidiären Prozesse zeitintensiver sind, doch dafür erreichen wir so, dass Mitarbeitende sich leichter und motivierter einbringen.



*NATURATA-Team des Hofladens Meyers-Haff in Windhof*

Um dies auch weiterhin zu fördern, ist es uns wichtig, Mitarbeitenden die Möglichkeit der internen Weiterbildung zu geben und ihnen Zeit zu lassen, sich mit dem Unternehmen vertraut zu machen. Zwar gibt es noch keine Schulungen bei einem unternehmensinternen Wechsel, doch nehmen die Einführungsseminare<sup>1</sup>, das Mentorenprogramm<sup>2</sup>, welches sechs Monate dauert, sowie auch die internen Schulungen einen hohen Stellenwert ein. Wir sehen darin die Chance, dass sich neue Mitarbeitende besser akklimatisieren, leichter mit dem Unternehmen identifizieren und so auch besser einbringen können – gerade in Positionen mit regelmäßigem Kunden- und/oder Lieferantenkontakt. Auch erfahrenen MitarbeiterInnen, vor allem in den NATURATA-Einzelhandelsfilialen, bieten wir ein breites Angebot an Schulungsmöglichkeiten und Kursen. In einigen Fällen werden auch externe Seminare und Fortbildungsmöglichkeiten unterstützt.



*Mitarbeiterexkursion zu einem Demeter-Lieferanten, der Obstplantage Latz*

<sup>1</sup> Das Einführungsseminar ist ein Ganztagesseminar für MitarbeiterInnen, die seit kurzem bei NATURATA oder BIOGROS mitarbeiten, und dient dazu, ihnen ein übergreifendes Verständnis der Unternehmensgruppe und der ökologischen Landwirtschaft zu vermitteln. Themen: die Biolandwirtschaft, Bioprodukte, die OIKOPOLIS-Gruppe und die Besichtigung ihrer Einzelbetriebe.

<sup>2</sup> Das Mentorenprogramm von NATURATA dauert sechs Monate. Dabei wird jedem neuen Mitarbeiter im Verkauf ein erfahrener Mitarbeiter, der Mentor, zur Seite gestellt, welcher von der jeweiligen Filialleitung ernannt wird. Ziel ist die bessere Integration neuer Mitarbeitender und ein besseres Verständnis der eigenen Tätigkeit, was sich auch und gerade im Kundenkontakt auswirken soll.

Die durchschnittlich in Anspruch genommene Fortbildungszeit aller OIKOPOLIS-MitarbeiterInnen für das Jahr 2013 entspricht 27,45 Stunden (5.025 Stunden strukturierte Schulungen und On-the-Job-Training/183 Mitarbeitende (Vollzeitäquivalent) = 27,45 Stunden/MitarbeiterIn). Da vor allem in den NATURATA-Läden mehr Mitarbeiterinnen als Mitarbeiter beschäftigt sind, haben schlussendlich auch mehr Frauen an Schulungen teilgenommen.



„Insektenhotel“  
der Obstplantage  
Latz

Damit eine offene Gesprächskultur aufgebaut werden kann, haben wir 2013 in einigen Bereichen des Unternehmens Mitarbeitergespräche eingeführt, so zum Beispiel in der Tochtergesellschaft BIOGROS. Im Fokus stehen dabei weniger die Aufstiegsmöglichkeiten der einzelnen MitarbeiterInnen, da es diese in unserem Unternehmen nur begrenzt gibt, sondern die Auseinandersetzung mit der aktuellen Situation sowie künftige Vereinbarungen zwischen Mitarbeitenden und Verantwortlichen. Damit sind die Mitarbeitergespräche ein Instrument, das dazu dient, die flachen Hierarchiestrukturen weiter auszubauen und die Verantwortung breiter zu verteilen. Dieses Potential wird noch nicht ausreichend ausgeschöpft. In Zukunft könnten die Mitarbeitergespräche in allen Bereichen der OIKOPOLIS-Gruppe eingeführt werden.

Vor einigen Jahren wurde von einer Praktikantin in den NATURATA-Filialen eine qualitative MitarbeiterInnenbefragung zum Thema Motivation durchgeführt. Eine systematische Umsetzung der Ergebnisse steht noch aus, weitere Mitarbeiterbefragungen wurden nicht durchgeführt. Jedoch werden alle OIKOPOLIS-MitarbeiterInnen zum Feedback auf den vorliegenden ersten Gemeinwohl-Bericht der Gruppe ermuntert.

Der Kommunikation im Unternehmen kommt eine bedeutende Rolle zu. So sind wir uns bewusst, dass nur durch eine offene und transparente Kommunikation eine nachhaltige Unternehmenskultur aufgebaut werden kann. Ein wichtiges Werkzeug der internen Kommunikation ist ein regelmäßig an alle MitarbeiterInnen mit eigenem PC-Anschluss versandter Newsletter, die digitale „Pinnwand“. Für Mitarbeitende ohne eigenen Büroarbeitsplatz wird diese vom jeweiligen Bereichsverantwortlichen ausgedruckt und als Aushang allgemein zugänglich gemacht. So wird sichergestellt, dass jede/r Mitarbeitende über Neuigkeiten aus dem Unternehmen, z.B. über personelle und strukturelle Veränderungen, informiert wird.

Daneben versuchen wir über eine zentrale Homepage, die über verschiedene Zugänge erreichbar ist ([www.oikopolis.lu](http://www.oikopolis.lu), [www.biogros.lu](http://www.biogros.lu), [www.naturata.lu](http://www.naturata.lu), [www.biogros.lu](http://www.biogros.lu)) und einen digitalen Newsletter mit Abonnementangebot für die breite Öffentlichkeit auch unsere verschiedenen Berührungsräume auf dem Laufenden zu halten.

Als Printorgan erscheinen zweimal pro Jahr die *OIKOPOLIS News*, ein Printmagazin, das in allen NATURATA-Filialen kostenlos ausliegt und auch an alle Aktionäre versandt wird. Hier wird u.a. über Veranstaltungen der Tochtergesellschaften, der Holdinggesellschaft und jenen, die für ein breites Publikum geöffnet sind, berichtet. Neueröffnungen und neue Unternehmensbeteiligungen kommen ebenso zur Sprache wie andere Projekte von strategischer Bedeutung.



Als Instrument der Kommunikation, der Weiterbildung und der Entscheidungsfindung in den einzelnen Filialen dienen auch die monatlichen Filialleiterversammlungen, die ab und an von dem Entwicklungsbegleiter Raymond di Ronco geleitet werden. Diese zeichnen sich durch offene Dialoge aus, bei denen die FilialleiterInnen von ihren täglichen Herausforderungen und individuellen Lösungsvorschlägen berichten, damit diese gegebenenfalls von anderen Filialen übernommen werden können bzw. je nach Sachlage sogar übernommen werden müssen.

*Zuhörer bei einer Veranstaltung von „OIKOPOLIS am Dialog“*



All unsere MitarbeiterInnen haben die Möglichkeit, an den wöchentlichen Leseabenden zu anthroposophischen Texten Rudolf Steiners und an der öffentlichen Veranstaltungsreihe „OIKOPOLIS am Dialog“ teilzunehmen, bei der externe Gastreferenten auf Einladung der OIKOPOLIS-Gruppe Vorträge und z.T. sogar Workshops zu Themen neuer Sozialformen und des alternativen Wirtschaftens halten. Darin sehen wir eine Möglichkeit, sich mit philosophischen Denkanstößen und gesellschaftlich relevanten Themen auseinanderzusetzen.

## 2. Faire Beschäftigung und Entgeltpolitik

Innerhalb der einzelnen OIKOPOLIS-Betriebe gibt es kein festgeschriebenes Entgeltschema, das verbindlich und für alle transparent ist. Die Entgeltpolitik der OIKOPOLIS-Betriebe orientiert sich an zwei Eckdaten: zum einen an dem in Luxemburg gesetzlich festgelegten Mindestlohn, zum andern am „qualifizierten legalen Mindestlohn mit Zertifikat“ (lux.: CAP).

Die oben erwähnte Mitarbeiterbefragung bei NATURATA ergab, dass einige die Löhne als „vergleichsweise gering“, aber nicht als „ungerecht“ einstufen. Die Frage nach der Selbsteinschätzung und der gerechten Entlohnung – gerade im Vergleich mit KollegInnen ähnlicher Tätigkeitsbereiche – soll in den künftigen Mitarbeitergesprächen eine größere Rolle spielen.

Unsere Beschäftigungspolitik schätzen wir als offen und flexibel ein. Einerseits versuchen wir, MitarbeiterInnen intern aufzubauen und weiterzubilden, um dadurch auch innerhalb und zwischen den einzelnen Betrieben einen Wechsel zu ermöglichen. Andererseits ist die Einstellung externer MitarbeiterInnen von großer Bedeutung. Aufgrund des rasanten Wachstums, das wir in den letzten Jahren erfahren haben, standen oftmals gar nicht genug interne Kräfte zur Verfügung, mit denen die neuen Stellen hätten besetzt werden können. Teilweise war es z.B. unmöglich, innerhalb der zur Verfügung stehenden kurzen Zeit



*OIKOPOLIS am Dialog:  
Johannes Wirz referiert zum  
Thema „OPTIMUM – schafft Fülle,  
MAXIMUM – schafft Not“*

Führungskompetenzen zu erwerben, um dann neue Verantwortungsbereiche übernehmen zu können.

Im Lagerbereich unseres Großhändlers BIOGROS arbeiten wir bisweilen auch mit entliehenen Kräften aus Zeitarbeitsfirmen, um Personalengpässe kurzfristig zu überbrücken. Im Regelfall bieten wir diesen ZeitarbeiterInnen jedoch weitergehende Beschäftigungsperspektiven an.

Generell fällt auf, dass das informale Recruiting über unsere Mitarbeitenden in den letzten Jahren zugenommen hat. Mit anderen Worten: immer mehr Bewerbungen gehen aus dem Familien- oder Freundeskreis bestehender MitarbeiterInnen ein. Die Betriebszufriedenheit, die sich in dieser Weiterempfehlungsquote ausdrückt, scheint demnach relativ hoch zu sein. 2013 kamen auf diesem Wege nach unserem Kenntnisstand etwa 20 bis 30 Bewerbungen und/oder Vorstellungsgespräche zustande.

Bisher waren die OIKOPOLIS-Betriebe noch nie mit einer finanziellen Krise konfrontiert. Deshalb haben wir keine nachhaltigen Maßnahmen entwickelt, um die Beschäftigung unserer MitarbeiterInnen auch in wirtschaftlichen Notsituationen zu sichern. Im Sinne einer umfassenden Vorsorge wäre dies jedoch unter Umständen eine Aufgabe der OIKOPOLIS-Betriebe.

Neben den gesetzlichen Sozialleistungen bieten wir unseren Mitarbeitenden auch freiwillige Sozialleistungen an. Sie erhalten einen Einkaufsrabatt von 20 % auf das gesamte NATURATA-Laden-Sortiment (mehrere Tausend Markenprodukte) und einen Preisnachlass gleicher Höhe in den öffentlichen NATURATA Bio-Restaurants in Munsbach und Belval. Darüber hinaus bieten wir in den einzelnen Betrieben unterschiedlich gestaltete Sozialleistungen an. So kann zum Beispiel Obst und Gemüse, das nicht verkauft wird, von den Mitarbeitenden des Großhandels BIOGROS und der NATURATA-Geschäftsstellen mitgenommen oder für einen symbolischen Preis von 1 € pro Tragekiste gekauft werden. Mit dem dadurch eingenommenen Geld wird ein Teil des Frühstücks bezahlt, das allen Mitarbeitenden bei BIOGROS in der Halle Wallenborn täglich gestellt wird.

In Einzelfällen gewährt das Unternehmen MitarbeiterInnen in persönlichen Krisensituationen zinslose Darlehen.

### 3. Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/flexible Arbeitszeiten

Je nach Betrieb und Bereich werden die Arbeitszeiten unterschiedlich eingeteilt und erfasst. Neben den üblichen Festzeitmodellen (Luxemburger Vollzeit = 40h/Woche, aber auch zahlreiche feste Teilzeitregelungen, z.B. 30h/Woche, 20h/Woche u.a.) haben wir zahlreiche MitarbeiterInnen, die ihre Arbeitszeit selbstständig erfassen und einteilen, aber auch andere, die vollständig auf die Erfassung ihrer Arbeitsstunden verzichten. Insgesamt sind wir bemüht, ein flexibles Arbeitszeitmodell aufzubauen. So geben wir all unseren MitarbeiterInnen die Möglichkeit der Teilzeitbeschäftigung, wenn dies gewünscht wird. Dies ist z.B. für Mitarbeiterinnen, die nach einer Schwangerschaft oder Langzeiterkrankung wieder zurückkehren, von großer Bedeutung und wohl auch ein Grund für die hohe Rückkehrquote im Unternehmen. Die Nutzung von Homeoffice ist arbeitsbedingt jedoch nur begrenzt möglich.



„Fenster zum Hof“: Blick aus dem Hofladen Meyers-Haff



Bisher wurden von uns keine Maßnahmen für die psychische und physische Gesundheitsvorsorge eingeführt. Wir sind jedoch bemüht, die Arbeitsplätze ergonomisch zu optimieren, damit sie auch in Zukunft sicher sind und ein angenehmes Arbeiten ermöglichen. In der Vergangenheit haben sich nur selten Arbeitsunfälle ereignet. Eine Frühpensionierung infolge von Arbeitsunfähigkeit konnte bisher vermieden werden.

Bei der Planung der 2001 bzw. 2006 eingeweihten neuen Firmengebäude am zentralen Standort Munsbach war es uns wichtig, ein ästhetisches, harmonisches und ökologisches Arbeitsumfeld zu schaffen. Aufgrund des stetigen Wachstums mussten in den letzten Jahren jedoch wiederholt neue Hallen angemietet und einzelne Bereiche umgesiedelt werden. Aufgrund dieser Besitzverhältnisse sind aktuell leider nicht alle Arbeitsplätze barrierefrei zugänglich. Auch die Infrastrukturen für die NATURATA-Filialen werden angemietet und können deshalb nur nach und nach optimiert werden – so weit wir den jeweiligen Eigentümer von unseren Plänen überzeugen können. So haben wir 2013 damit begonnen, die Filialen mit neuen Küchen für die MitarbeiterInnen auszustatten. Zwar gibt es in allen Gebäuden Aufenthaltsräume und Kochgelegenheiten, jedoch wurden bisher keine Ruhe- und Entspannungsräume geschaffen.

#### 4. Gleichstellung und Diversität

Die individuelle Vielfalt der Mitarbeitenden ist in all unseren Unternehmen sehr ausgeprägt, ohne dass wir uns aktiv um ein Diversity Management bemühen. Die Herkunft der Mitarbeiter spielt bei der Einstellung keine Rolle und wird auch später nie zum Thema – allenfalls als kulturelle Bereicherung. Genauso wenig hängt die Wahrnehmung von Qualifikation und individuellen Fähigkeiten vom Geschlecht des Bewerbers ab. Deshalb sind Stellenausschreibungen neutral formuliert, und auch die Festlegung der Löhne erfolgt unabhängig von Geschlecht und Herkunft. Die Möglichkeit einer „Vaterkarenz“ (Erziehungszeit für Väter) findet in unseren Betrieben großen Anklang und wird überdurchschnittlich genutzt.



Mitarbeiterinnen  
des NATURATA-  
Ladens in Foetz

Der Anteil an Frauen ist besonders in den NATURATA-Filialen sehr hoch, deshalb werden dort auch leitende Positionen größtenteils von Frauen besetzt, unabhängig vom Alter (7 von 10 Filialeitern sind weiblich). Der Großhändler BIOGROS beschäftigt insgesamt 70 MitarbeiterInnen, davon sind 20 Frauen.

Bis heute wurden keine Maßnahmen für eine Gleichstellung aktiv gefördert, auch gibt es keine/n Genderbeauftragte/n, keinen Gleichstellungsbericht und auch kein Gender-Budgeting.

Wir beschäftigen nur zwei Menschen mit Behinderung und erfüllen damit nicht die gesetzlich festgelegte Quote in Luxemburg.

## C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit

Die Planung der Arbeitszeit basiert auf der gesetzlichen Regelarbeitszeit im Großherzogtum Luxemburg. Diese beträgt 40 Stunden pro Woche. Sofern dies von unseren Mitarbeitenden gewünscht wird, ermöglichen wir ihnen, Teilzeit in Anspruch zu nehmen. Dies gilt auch für MitarbeiterInnen in Führungspositionen. Mit Blick auf die Gesamtzahl aller in OIKOPOLIS-Betrieben Beschäftigten ergibt sich daraus eine durchschnittliche Arbeitszeit von 32 Stunden pro Person und Woche.

Für unsere MitarbeiterInnen hat diese Flexibilität bei der Reduzierung der individuellen Arbeitszeit eine hohe Motivationskraft. Eine hohe Teilzeitquote stellt das Unternehmen aber auch vor besondere organisatorische und finanzielle Herausforderungen, da relativ viele Positionen doppelt besetzt werden müssen. Auch beim Wissenstransfer zwischen den einzelnen Mitarbeitenden der gleichen Positionen gilt es spezifische Herausforderungen zu meistern.

Im Sinne der Gemeinwohl-Bilanz gilt eine „gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit“ auch als Indikator für das Wohlbefinden der MitarbeiterInnen. Wir sind jedoch fest davon überzeugt, dass nicht nur die Möglichkeit zur individuellen Reduzierung der Arbeitszeit ausschlaggebend ist für das Wohlbefinden der Betroffenen, sondern dass bei allen MitarbeiterInnen auch die Sinnfrage über die Arbeitszufriedenheit (mit-)entscheidet. Deshalb versuchen wir stets, unseren Mitarbeitenden die Sinnhaftigkeit ihrer Arbeit über die Tätigkeit selbst zu vermitteln. Dabei spielen z.B. turnusartige Aufgabenwechsel in den NATURATA-Filialen eine wichtige Rolle, denn mit dem Einblick in verschiedene Tätigkeitsbereiche wächst auch das allgemeine Verständnis für die gesamte Wertschöpfungskette.

In unseren Unternehmen gibt es keine Verträge mit Überstundenpauschalen. Stattdessen wird phasenweise geleistete Mehrarbeit binnen drei Monaten über einen Freizeitausgleich kompensiert. Andernfalls werden die Überstunden ausbezahlt. Nur in Ausnahmefällen beschäftigen wir ZeitarbeiterInnen, bieten diesen aber in aller Regel später eine Festanstellung an. Wenn wir ZeitarbeiterInnen engagieren, geschieht dies nicht, um Kosten zu sparen, sondern nur dann, wenn realistische Perspektiven für eine Übernahme gegeben sind, z.B. wenn eine bestehende Stelle voraussichtlich vakant wird (z.B. bei Krankheitsfällen) oder wenn in naher Zukunft eine neue Position geschaffen wird. 2013 waren sechs ZeitarbeiterInnen bei uns beschäftigt, zwei von ihnen wurden anschließend eingestellt. Aufgrund der Vermittlung entsprechender Agenturen kennen wir den genauen Lohn der bei uns beschäftigten ZeitarbeiterInnen nicht, doch diese erhalten mindestens den gesetzlich festgelegten Mindestlohn.

## C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeiter

Als Händler von biologisch-organischen und biologisch-dynamischen Waren stellen wir unseren Mitarbeitenden als Pausensnacks Lebensmittel aus biologischer Erzeugung kostenlos zur Verfügung, u.a. Obst, Gemüse, Tee und Kaffee. Zudem erhalten alle MitarbeiterInnen einen Einkaufsrabatt von 20 % auf sämtliche Produkte, die in unseren NATURATA Bio Marchés und -Hofläden verkauft werden. Der gleiche Preisabschlag gilt im NATURATA Bio Restaurant unseres zentralen Standorts Munsbach und auch in unserem Bio Bistro in Belval, in denen täglich unter anderem vegane und vegetarische Gerichte biologischer Qualität zubereitet werden.

Die OIKOPOLIS-Gruppe hat sich die Förderung der ökologischen Landwirtschaft zum Unternehmenszweck gesetzt. Aus diesem Grund ist es uns wichtig, dass auch unsere MitarbeiterInnen ein vertieftes Verständnis des Biolandbaus und der biologischen Tierzucht gewinnen. Wichtige Fragestellungen und Hintergründe der ökologischen Landwirtschaft werden deshalb bereits in den Einführungsseminaren<sup>1</sup> und im Mentorenprogramm<sup>2</sup> angesprochen. Der Aspekt der Freiheit spielt für uns jedoch ebenfalls eine wichtige Rolle. So können wir Mitarbeitende lediglich sensibilisieren, damit sie sich in Zukunft freiwillig für die Bio-Landwirtschaft engagieren.

---

1 S.o., FN 3.

2 S.o., FN 4.

Vor allem unsere MitarbeiterInnen in den NATURATA-Geschäften haben die Möglichkeit, an internen Weiterbildungsseminaren teilzunehmen. In fast zwei Drittel aller Fälle setzten sich die TeilnehmerInnen dort mit ökologisch relevanten Themen auseinander.

*Bei der Eröffnungsfeier des Kass-Haff „impfen“ Mitarbeiterinnen der NATURATA-Läden den Kompost mit biologisch-dynmatischen Präparaten*



Aus der wissenschaftlich gestützten Analyse unserer Ökobilanz, die wir seit 2008 alljährlich dokumentieren, wissen wir um die überragende Bedeutung der Mitarbeitermobilität für den Energieverbrauch der OIKOPOLIS-Gruppe. Tatsächlich produzieren die Fahrten unserer MitarbeiterInnen zum und vom Arbeitsplatz einen höheren CO<sub>2</sub>-Ausstoß als das Abfallaufkommen der gesamten Gruppe oder als deren Fuhrpark inklusive sämtlicher Warentransporte. Um auch an dieser Stelle das ökologische Verhalten unserer MitarbeiterInnen positiv beeinflussen zu können – sofern es aufgrund gegebener Infrastrukturen überhaupt steuerbar ist –, haben wir im Sommer 2014 eine Umfrage zum Mobilitätsverhalten unserer Mitarbeitenden auf deren Arbeitswegen durchgeführt, um auf dieser Datengrundlage mittelfristig eine nachhaltige Mobilitätspolitik auszuarbeiten.

## C4 Gerechte Einkommensverteilung

Die Bruttoeinkommensspreizung in der OIKOPOLIS-Gruppe liegt bei 183 MitarbeiterInnen (Stand 31.12.2013, Vollzeitäquivalent) bei 1:3. Mit anderen Worten: kein Gehalt in der gesamten Unternehmensgruppe liegt höher als das dreifache Bruttogehalt des geringstmöglichen Einkommens, welches seinerseits dem in Luxemburg gültigen Mindestlohn entspricht. Diese Regelung ist geübte Praxis, aber nicht verbindlich und transparent festgelegt.

Das erwähnte Mindesteinkommen innerhalb der Unternehmensgruppe orientiert sich am gesetzlich festgelegten Mindestlohn von rund 1.900 € brutto. Wir glauben jedoch, dass die Grundbedürfnisse durch das Mindesteinkommen nicht vollständig gedeckt werden können.

## C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz

Mit Blick auf unser in den Statuten festgelegtes Unternehmensziel, die ökologische Landwirtschaft langfristig zu fördern, sind wir uns bewusst, dass dies nur möglich ist, wenn alle Mitarbeitenden ein Verständnis der Wertschöpfungskette

erhalten und die Sinnhaftigkeit der eigenen Tätigkeit erkennen. Dafür sollten gewisse Abläufe und Daten transparent vorliegen. Abgesehen von den Informationen zu den Mitarbeiterlöhnen, können unsere Mitarbeitenden, wenn erwünscht, alle unternehmensrelevanten Informationen einsehen. In einer systematischen Aufbereitung dieser und ähnlicher Daten sehen wir noch viel Zukunftspotential, doch eine vollständige Offenlegung aller Daten ist für uns kein Wert an sich. Eine Bringpflicht sehen wir hier nicht. Im Bedarfsfall unterstützen wir jedoch die aktive Informationsbeschaffung, die freilich auch mit einer Holpflicht des Fragenden verbunden ist.

Die Demokratisierung von Unternehmen erachten wir als nicht ganz unproblematisch, da dieser Prozess tendenziell zu einer Diskrepanz zwischen individueller und allgemeiner Mitbestimmung und Verantwortung führt. „Demokratisierung“ würde demnach bedeuten, dass die Mitbestimmung vergemeinschaftet bzw. sozialisiert wird, so dass jede/r mitentscheiden kann, während die schlussendliche Verantwortung weiterhin auf den Schultern einiger Weniger ruht, da nicht jeder einzelne Mitarbeitende sie mittragen will und/oder kann. Eine ähnliche Herausforderung sehen wir auch bei der Legitimierung der Führungskräfte, die bei uns nicht gewählt, sondern berufen werden. Das im Standard-Fragebogen zur Gemeinwohl-Bilanz genannte Ziel einer „demokratischen Wahl“ der Führungskräfte streben wir deshalb ganz bewusst nicht an.

Ein wichtiges Anliegen ist es uns, unternehmensintern eine ausgeprägte Gesprächs- und Versammlungskultur zu etablieren, so dass Entscheidungen prozesshaft und über die Beteiligung mehrerer MitarbeiterInnen getroffen bzw. vorbereitet werden. Von Bedeutung ist für uns dabei im Sinne des bereits Dargelegten nicht die demokratische Abstimmung, sondern vielmehr eine dialogische Konsensbildung. Neben den Versammlungen der BIOG-Genossenschaft, eines Grundpfeilers der OIKOPOLIS-Gruppe, und den Vollversammlungen der OIKOPOLIS Participations als Dachgesellschaft gibt es innerhalb der Gruppe einen erweiterten Koordinationsrat von letzterer sowie je zwei personell unterschiedliche erweiterte Verwaltungsräte und Betriebsräte für BIOGROS und NATURATA. Hinzu kommen weitere Fach- und Bereichs-Gremien, in denen die konsensuale Entscheidungsfindung zwischen den Mitarbeitenden ebenfalls hohen Stellenwert hat.



*Gemeinsame Erarbeitung des Leitbildes der OIKOPOLIS-Gruppe mit dem Entwicklungsbegleiter Raymond di Ronco*

Seit Gründung der ersten OIKOPOLIS-Betriebe BIOG und NATURATA in den Jahren 1988/89 hat die Unternehmensgruppe drei Eigenkapitalerhöhungen über den Weg eines öffentlichen Zeichnungsverfahrens durchgeführt (1999, 2006, 2013). Dabei konnten sich Bauern, Kunden und andere Personen beteiligen, die dem „Projekt OIKOPOLIS“ bzw. den Luxemburger Bio-Vermarktungsinitiativen der gleichnamigen Gruppe nahe stehen. Dazu gehören auch viele MitarbeiterInnen. Diese



konnten beim letzten öffentlichen Zeichnungsangebot (2013) zudem von einer betriebsfinanzierten Aktien-Aufstockung profitieren. Aktuell liegen rund 6 % der Aktiengesellschaft OIKOPOLIS Participations SA in MitarbeiterInnenhand.

## D1 Ethisches Verkaufen

Wie im Leitbild der OIKOPOLIS-Gruppe verankert, versuchen wir, unsere Werte und Ziele im alltäglichen Kontakt zu unseren Kunden umzusetzen. Neben dem Engagement für eine nachhaltige Landwirtschaft zählen auch das soziale Miteinander, die faire Zusammenarbeit und das Streben nach Alternativen zu den Mechanismen der so genannten freien Marktwirtschaft zu unserem Verständnis von ethischem Marketing.

Zu unseren Kunden zählen zwei große Gruppen: Einzelhändler und Endverbraucher. Auf der Ebene der Einzelhändler arbeiten wir nur zu ganz bestimmten Konditionen mit konventionellen Supermärkten zusammen. Da wir darin eine Möglichkeit sahen, breitere Abnehmergruppen für die Erzeugnisse unserer Luxemburger BIOG-Bauern anzusprechen, haben wir bereits 1994 mit Cactus, einer Luxemburger Supermarktkette, einen Fachhandelsvertrag geschlossen. Dieser ermöglicht uns die Lieferung von Demeter- und Bioprodukten an konventionelle Marktstrukturen zu fairen Konditionen. So ist es uns einerseits gelungen, den ökonomischen Druck von unseren BIOG-Bauern zu nehmen. Andererseits konnten wir in der Zusammenarbeit mit unserem Geschäftspartner die so genannten „Marktgespräche“ etablieren. Ziel dieser Gespräche ist es, Produzenten, Händler und Konsumenten am Runden Tisch zusammenzubringen, um bei Produktmengenfestlegung und Preisgestaltung auf die jeweiligen Bedürfnisse der anderen Glieder der gemeinsamen Wertschöpfungskette einzugehen und gemeinsam Lösungen zu aktuellen Herausforderungen zu finden.

Mit unseren angestammten Geschäftspartnern pflegen wir langjährige Beziehungen. So haben wir in den letzten Jahren verschiedene Produkte gemeinsam entwickelt. Wir sehen hier noch viel Potential, um unsere Partner künftig noch stärker in die Produktentwicklung mit einzubinden.

Unsere Werte und Ziele vermitteln wir den Endverbrauchern bereits über den Verkauf der Waren, da alle Produkte biologisch zertifiziert sind (Mindeststandard: EU-Bio). Des Weiteren machen wir auf den Etiketten der BIOG-Produkte darauf aufmerksam, dass durch den Kauf von Produkten dieser im Jahr 2000 eingeführten Marke die Arbeit der Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (BIOG) unterstützt wird – unabhängig von der Herkunft einzelner Produktbestandteile. Dabei steht der im NATURATA-Logo integrierte Leitspruch „fair und kooperativ mit den Bio-Bauern“ (lux.: „fair a kooperativ mat de Bio-Bauern“) im Zentrum unseres Handelns.



Leitbild der OIKOPOLIS-Gruppe



Auf vielen Etiketten der BIOG-Produkte lassen sich aber nicht nur Luxemburger oder Nicht-Luxemburger Herkunft der Produkte bzw. ihrer Hauptinhaltsstoffe identifizieren. Im Falle von Importprodukten machen wir auch kenntlich, von welchen Partnerbetrieben wir das jeweilige Erzeugnis beziehen, das wir dann unter der eigenen BIOG-Marke auf den Luxemburger Markt bringen. Einen herausgehobenen Status in Sachen Produkttransparenz nimmt zudem die BIOG-Milch ein: auf Produktverpackungen und mit separaten Flyern zeigen wir auf, wie sich der Endverkaufspreis der BIOG-Milch zusammensetzt (siehe Grafik).



Transparente Preiszusammensetzung der Milch (Stand 2011)

Illustration: Oiko-Consulting

Zusätzlich zum konventionellen Milchpreis, den die Luxemburger Molkerei Luxlait unseren BIOG-Milchbauern auszahlt, zahlt die BIOG-Genossenschaft diesen noch das so genannte BioPlus, einen Zuschlag von 13 Eurocent für jeden verkauften Liter Bio-Milch. Die Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (BIOG) kooperiert mit der Luxlait sowohl im Bereich der Produktion als auch bei der Distribution der BIOG-Milch. Im Jahr 2013 konnten so 1,2 Millionen Liter BIOG-Milch vermarktet werden, was dazu führte, dass die BIOG ein BioPlus in Höhe von insgesamt 144.153 Euro an ihre Milchbauern auszahlen konnte.

Neben einem breit gefächerten Angebot von On- und Offline-Publikationen zum Thema ökologische Landwirtschaft und zahlreichen Infoblättern rund um eine biologische Ernährung bieten wir unseren KundInnen auch dialogische Möglichkeiten der thematischen Weiterbildung. Besonderen Wert legen wir dabei auf die Vortrags- und Gesprächsreihe „OIKOPOLIS am Dialog“, zu der wir mehrmals jährlich ein breites Publikum an unseren Firmensitz nach Munsbach einladen. Im Rahmen dieser auch für externe BesucherInnen kostenfreien Veranstaltungen halten ausgewiesene Fachleute aus verschiedenen Ländern Europas Seminare und manchmal sogar Workshops zu gesellschaftlich relevanten Themen ab. Meist geht es dabei um Aspekte des ökologischen Landbaus oder um allgemeine Ansätze alternativen Wirtschaftens.

Ganz konkrete Beteiligungsmöglichkeiten bieten sich unseren KundInnen auch über den Erwerb von Unternehmensanteilen. Viele StammkundInnen nehmen dies gerne wahr, weil sie wissen, dass sie durch den Kauf von OIKOPOLIS-Aktien die ökologische Landwirtschaft, primär in Luxemburg, unterstützen. Vor allem im Umfeld unseres letzten öffentlichen Zeichnungsangebots, das 2013 erfolgreich Investitionsmittel in Höhe von rund 1,5 Millionen Euro einwarb, haben wir die begleitende Kommunikation darauf ausgerichtet, dass eine Unternehmensbeteiligung auf dem Wege der öffentlichen Zeichnung auch die Integration von VerbraucherInnen und ErzeugerInnen biologischer Lebensmittel fördert. Uns ist sehr daran gelegen, unseren KundInnen auch auf diese Art ein vertieftes Bewusstsein für den Gesamtprozess und die verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette zu vermitteln. Andere Optionen der Einbeziehung von KundInnen in Unternehmensprozesse wie z.B. die gemeinsame Produktentwicklung nutzen wir deshalb nicht. Auch einen KundInnenbeirat der NATURATA-Läden haben wir nicht.

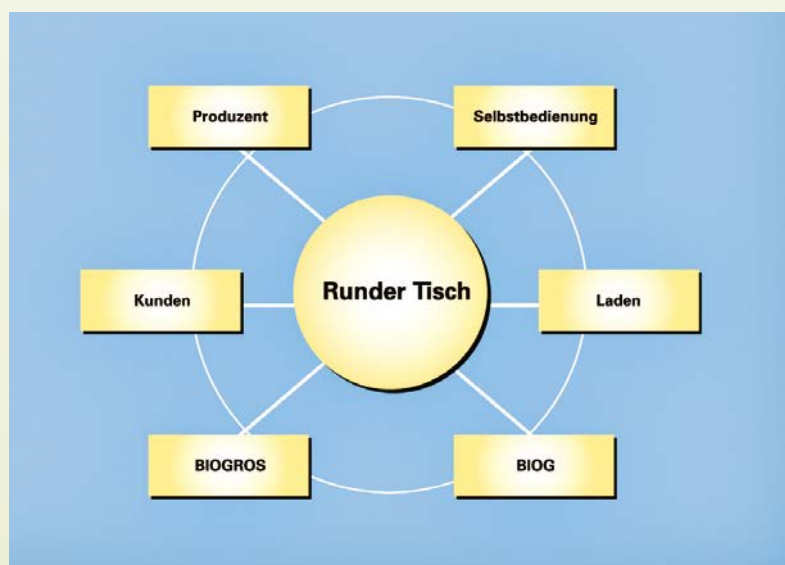
Es gibt jedoch eine Beschwerdestelle, um Reklamationen schnellstmöglich bearbeiten zu können. Ein umfassendes Service-Management gibt es in der OIKOPOLIS-Gruppe aktuell nicht. Bedingt durch das rasante Umsatz- und folglich auch Unternehmenswachstum der letzten Jahre konnten wir hierfür bislang noch kein umfassendes Konzept ausarbeiten.

## D2 Solidarität mit Mitunternehmen

Um sich als Wirtschaftsunternehmen auf dem Markt und innerhalb der Gesellschaft entwickeln zu können, erachten wir einerseits einen gewissen Betriebsegoismus als notwendig, andererseits ist es uns aber ein wichtiges Anliegen, unser erklärtes Unternehmensziel auch über Kooperationen voranzutreiben.

In den Marktgesprächen, die wir mit einigen unserer Geschäftspartner führen, legen wir sowohl unsere Kosten und Bezugsquellen als auch die bei der Produktion eingesetzten Technologien dar. Ein offener Informationsaustausch spielt bei den Beziehungen zu Mitunternehmen eine wichtige Rolle, sofern dies auch von jenen gewünscht wird. Wir streben zwar a priori keine vollständige Transparenz und/oder das so genannte Open-Source-Prinzip an, jedoch wollen wir übergreifend kooperativ und transparent zusammenarbeiten, sofern dies für eine ökologische und soziale Zielsetzung von Nutzen ist.

*Rundtisch-Gespräche mit allen Gliedern der Wertschöpfungskette*



Wir betrachten das Bewusstsein fürs Ganze und den Gemeinsinn als unabdingbar, um künftig den Egoismus einzelner Unternehmen zu neutralisieren und diesen in den Sinn des Ganzen stellen zu können. Das bedeutet jedoch nicht zwingend, dass der Unternehmensegoismus als solcher vollständig überwunden werden muss.

Neben der Offenlegung unserer Bezugsquellen und weiterer Informationen zu den Produkten der Marke BIOG (auf der Plattform [ecoinform<sup>7</sup>](http://ecoinform.de)) versuchen wir, unsere Produkte auch anderweitig zu optimieren. Dazu gehören z.B. Kooperationen im Bereich der Herstellungs- und Verpackungstechnologie. Auch im Bereich Logistik streben wir Kooperationen mit unseren Geschäftspartnern an, um so die Prozesse zu optimieren und Transportwege, Energieverbrauch und Kosten zu sparen. So kooperieren wir mit der Luxemburger Mühle Dieschbourg für eine bessere Verteilung von Mehlen und mit der Kooperative Luxlait bei der Distribution der BIOG-Milch.

Werbung nutzen wir gezielt, um unsere Leitwerte und Unternehmensziele zu kommunizieren. Mit unseren wichtigsten Geschäftspartnern koordinieren wir auch gemeinsam Publikationen, um so beiderseits auf BIOG-Produkte aufmerksam zu machen und dadurch die Bedeutung der ökologischen Landwirtschaft für Luxemburg zu unterstreichen.

Gemeinsam mit „Bio-Lëtzebuerg“, dem Verband für die biologische Landwirtschaft in Luxemburg, und Kultursaat e.V., dem Verein für Züchtungsforschung & Kulturpflanzenerhaltung auf biologisch-dynamischer Grundlage, tragen wir ein ethisch-kooperatives Marketing. So beteiligen wir uns zum Beispiel als Partner am FAIR-BREEDING-Projekt, mit dessen Mitteln die Züchtung samenfester Sorten unterstützt wird.

Zusammen mit unserem Geschäftspartner Cactus finanzieren wir die Hälfte der 6.000 Exemplare umfassenden Auflage der Zeitschrift „Agri-Kultur“, die vom Verein Bio-Lëtzebuerg herausgegeben wird. Das vierteljährlich erscheinende Magazin widmet sich der ökologischen Agrar- und Esskultur in Luxemburg und fungiert zugleich als Fachorgan der Biolandbauvereinigung Luxemburgs. In dieser Zeitschrift veröffentlichen wir auch gelegentlich Informationen zur Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (BIOG) und dem OIKOPOLIS-Netzwerk im allgemeinen. Dabei geht es jedoch nicht um Produktwerbung.



Das Magazin Agri-Kultur  
erscheint vier-Mal pro Jahr

<sup>7</sup> Die deutschsprachige „zentrale Datenbank für Bioprodukte und nachhaltige Erzeugnisse“: [www.ecoinform.de](http://www.ecoinform.de)



Speziell die anderweitig so beliebten „Aktionspreise“ sind für uns kaum von Bedeutung. Stellen wir über unsere Monatsangebote ein bestimmtes Produkt in den Vordergrund, so gibt es darauf kaum eine Preisreduktion (max. 10 %). Wir diskutieren immer wieder, ob wir mittelfristig komplett auf Aktionspreise verzichten können, um die faire Preisbildung nicht zu gefährden. Auf Massenaktionen verzichten wir schon jetzt.

Innerhalb unserer Gruppe ermöglichen wir unseren Mitarbeitenden, den Arbeitsplatz zu wechseln. In speziellen Situationen versuchen wir, MitarbeiterInnen betriebsübergreifend „weiterzugeben“, um sie so in der Unternehmensgruppe zu halten.

## D3 Ökologische Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen

Sämtliche von OIKOPOLIS-Betrieben (BIOG, NATURATA Luxembourg, BIOGROS) in Umlauf gebrachten Lebensmittel sind bio-zertifiziert (EU-Bio plus ggf. weitere Ländersiegel für Bio-Lebensmittel und/oder Demeter-Label für biologisch-dynamisch erzeugte Waren).<sup>1</sup> Mit unserem breiten Angebot an ökologischen Produkten im allgemeinen und regionalen BIOG-Erzeugnissen im besonderen sind wir in Luxemburg Branchenführer im Bereich des Bio-Einzelhandels.

Das größte Potential bei der Sortimentsgestaltung sehen wir auch in Zukunft in der Förderung der Luxemburger Biolandwirtschaft und darüber hinaus im weiteren Ausbau unseres Angebots an regionalen Bioprodukten. Dafür ist es notwendig, weiterhin fair und kooperativ mit den Biobauern zu arbeiten. Aus diesem Grund sind für uns die Fachhandelsverträge mit einzelnen konventionellen Partnern von weitreichender Bedeutung, denn mit ihrer Hilfe können wir den Preisdruck von den Bauern abfedern.



*Marc Emering, Präsident der BIOG-Genossenschaft*

Absatzmöglichkeiten zu erschließen, heißt für uns nicht, künstliche Bedürfnisse zu wecken. Statt immer noch mehr Waren in Umlauf zu bringen, wollen wir ein ökologisch sinnvolles, nachhaltiges und sich selbst genügendes (ökologisch suffizientes) Kundenverhalten fördern. Deshalb verzichten wir auf „laute“ Image-Werbung, und auch unsere Produktwerbung hat eher informativen und als appellativen Charakter.

<sup>1</sup> Eine standardisierte Bio-Zertifizierung gibt es nur bei Lebensmitteln. Drogerieprodukte und Kosmetika sind nicht bio-zertifiziert, aber mit diversen Labels für Naturkosmetik gekennzeichnet (z.B. BDIH – kontrollierte Naturkosmetik, ecocert, NaTrue, in Einzelfällen auch Demeter).

Im Sinne der Ressourcenschonung bemühen wir uns, auch Artikel mit kurzer Resthaltbarkeit noch zu verkaufen. Es ist bekannt, dass das offizielle Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) keineswegs die „Genießbarkeitsgrenze“ markiert oder über den direkten Qualitätsverfall entscheidet. Deshalb gibt es in allen NATURATA-Läden spezielle Bereiche, in denen Artikel mit kurzfristigem Mindesthaltbarkeitsdatum zu rabattierten Preisen angeboten werden. Auch ein Mehrweg-Pfandflaschensystem haben wir für all unsere Ladengeschäfte ausgearbeitet, obwohl dies in Luxemburg gesetzlich nicht vorgeschrieben ist.

Bei der Gestaltung unserer eigenen Produkte versuchen wir Verpackungsmüll so weit wie möglich zu vermeiden. Zudem greifen wir, wo immer Verfahrenstechnik und gesetzliche Hygienevorschriften es erlauben, auf kompostierbare oder zumindest recyclingfähige Materialien zurück<sup>2</sup>.

Auch mit der öffentlichen und unentgeltlichen Veranstaltungsreihe „OIKOPOLIS am Dialog“ wollen wir über externe Referenten auf die Themen Nachhaltigkeit und Suffizienz aufmerksam machen. Unsere Kundenkommunikation, einschließlich der Produktwerbung, bezieht sich ausschließlich auf ökologische und soziale Inhalte. Dabei stehen die Solidarität und die faire Zusammenarbeit mit den Biobauern im Fokus.

## D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

Da biologische Produkte allgemein höherpreisig sind als industriell gefertigte Massenware, und wir zudem großen Wert auf gerechte Erzeugerpreise legen, erreichen wir mit unserem Konzept nur bedingt einkommensschwache Haushalte. Es würde jedoch unserer Unternehmensphilosophie widersprechen, biologische Produkte so billig anzubieten, dass dadurch der Erhalt der kleinbäuerlichen und regionalen landwirtschaftlichen Höfe gefährdet wäre. Reduzierte Preise bedeuten zwar einen Vorteil für die Kunden, doch dieser geht in aller Regel auf Kosten der bäuerlichen Produzenten. So lässt sich die ökologische Landwirtschaft nicht nachhaltig fördern.

Um breitere Abnehmergruppen anzusprechen und Bioprodukten einen größeren Stellenwert in der Gesellschaft zu verschaffen, arbeiten wir auch mit konventionellen Supermärkten zusammen. Dies geschieht auf Basis von Fachhandelsverträgen, die es uns erlauben, unsere Produkte zu bestimmten finanziellen und sogar systemischen Konditionen anzubieten. Auf diesem Wege konnten wir „Marktgespräche“ etablieren, bei denen alle (Mit-)Glieder der Wertschöpfungskette am runden Tisch über Produktmengen, Preisgestaltung und ähnliche Fragen diskutieren. Dies schult das wechselseitige Bewusstsein für die Situation des anderen und mildert, wie bereits dargestellt, den Preisdruck auf die Bauern.



*Marktgespräch zum Thema Obst und Gemüse mit allen Beteiligten der Wertschöpfungskette*

<sup>2</sup> Vgl. die Ausführungen zum Indikator A1 „Ethisches Beschaffungsmanagement“: s.o., S. 10.



Aus demselben Grund gewähren wir auch keinen Mengenrabatt. Deshalb kaufen Großabnehmer bei BIOGROS zu gleichen Preisen ein wie kleine Unternehmen. Nur gemeinnützige Vereine, wie zum Beispiel die „Cent Buttek“, eine Hilfsorganisation, die Lebensmittel an Bedürftige verteilt, erhalten Nahrungsmittel umsonst. Dies sind meist Produkte mit kurzem Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD), wodurch verhindert werden kann, dass diese frühzeitig entsorgt werden.

Zu den benachteiligten KundInnen-Gruppen zählen in der Lebensmittelbranche auch KonsumentInnen, die auf bestimmte Stoffe mit Allergien oder Unverträglichkeiten reagieren. Wir führen eine breite Auswahl von Lebensmitteln, die frei von solchen Stoffen sind, zum Beispiel gluten- oder laktosefreie Produkte. Piktogramme an den Regaletiketten weisen auf Lebensmittel für spezielle Bedürfnisse hin, und auch bei der MitarbeiterInnenschulung nimmt das Thema Lebensmittel-Intoleranzen breiten Raum ein. Die Nachfrage nach entsprechenden Spezialprodukten steigt. Aktuell sind 2,9 % des Gesamtumsatzes von NATURATA auf den Verkauf von glutenfreien Produkten zurückzuführen, 2 % entfallen auf laktosefreie Produkte und 3,8 % auf vegane Lebensmittel.



*In vielen Verkaufsgesprächen spielt die Kundenberatung zum Thema Nahrungsmittelunverträglichkeiten eine wichtige Rolle*

Die adäquate Information der jeweiligen KundInnen-Gruppen ist uns sehr wichtig. Wir bieten den in der Verkaufsberatung beschäftigten MitarbeiterInnen zwar schon jetzt mehrere thematisch relevante Fortbildungen an, sind uns jedoch bewusst, dass wir hier noch viel Potential ausschöpfen können.

All unsere NATURATA-Läden sind physisch barrierefrei. Auch in visueller, sprachlicher und intellektueller Hinsicht streben wir nach Barrierefreiheit, z.B. durch den bereits erwähnten Einsatz von Piktogrammen zur Orientierung bei der Auswahl laktose- oder glutenfreier sowie veganer Produkte. Eine wichtige Rolle kommt in diesem Zusammenhang auch den MitarbeiterInnen im Verkauf zu, die im direkten Kundenkontakt stets für Beratungsgespräche zur Verfügung stehen. Zumal im Hinblick auf mögliche visuelle und/oder sprachliche Defizite der KundInnen sind unsere VerkaufsberaterInnen jedoch noch nicht ausreichend geschult.

## D5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards

Der Gesellschaftszweck der 2005 gegründeten Aktiengesellschaft OIKOPOLIS Participations SA besteht in der Beteiligung an kleineren Unternehmen, die in ihren Tätigkeiten eine ökologische und soziale Zielsetzung verfolgen. Die Erfahrung der letzten Jahre hat gezeigt, dass kleine Betriebe in der so genannten „freien“ Marktwirtschaft gegenüber großen Unternehmen oftmals im Nachteil sind. Erschwerend kommt hinzu, dass gerade bei Familienbetrieben die Betriebsnachfolge häufig nicht geklärt ist. Um bei diesen Problemen Unterstützung zu bieten, hat sich die OIKOPOLIS Participations in den letzten Jahren an mehreren Kleinunternehmen beteiligt, um die Kooperation mit diesen zu intensivieren und dadurch gemeinsam die ökologische Landwirtschaft voranzubringen.



Foto: Oiko-Consulting

*Dank OIKOPOLIS-Beteiligung konnten Know-How und Personal der traditionsreichsten Bio-Bäckerei des Landes erhalten werden*

So kam es zum Beispiel Ende 2012 zu einer OIKOPOLIS-Beteiligung an der biologisch produzierenden Traditions-Bäckerei „Boulangerie Artisanale Obertin“ von Fränk Obertin, besser gesagt: zur Überführung von dessen Know-How samt Belegschaft in ein neues Gemeinschaftsunternehmen, an dem sich auch ein weiterer NATURATA-Bioback-Lieferant beteiligte. Das so entstandene OIKO-Bakhaus produziert heute in eigens dafür eingerichteten Räumen im Hauptgebäude des OIKOPOLIS-Zentrums Munsbach. Den Anstoß zur Neugründung der Biobäckerei unter dem Dach der OIKOPOLIS-Gruppe gaben seinerzeit die bevorstehende Pensionierung Fränk Obertins und die ungelöste Nachfolgefrage. Die Anteile an der im Dezember 2012 konstituierten OIKO-Bakhaus sàrl verteilen sich zu gleichen Teilen (jeweils 25 %) auf die beiden beteiligten Bäcker, während die OIKOPOLIS Participations SA mit 50 % größte Anteilseignerin ist. Die neu entstandenen Synergien zwischen OIKO-Bakhaus und OIKOPOLIS-Netzwerk sind vielfältig. So kann die Bäckerei auf Infrastruktur und Räumlichkeiten im Hauptsitz

der OIKOPOLIS-Gesellschaft zurückgreifen, und auch die Logistik der Warenauslieferung wurde dank des benachbarten BIOGROS-Standorts optimiert.

Ähnliche Ansätze kennzeichnen auch die Beteiligungen der OIKOPOLIS-Gruppe an anderen Unternehmen, z.B. an der Marketing-Agentur OIKO-Consulting sàrl, dem Äppelhaus sàrl, der Bio-Pasta-Manufaktur Dudel Magie sàrl, an dem biologisch-dynamisch bewirtschafteten Kass-Haff, dem Windpark Hëpperdanger Wandenergie sàrl und an der Bio-Eier-Verpackungs- und -Vermarktungsgesellschaft BIO-OVO SA.

Neben der Beteiligung an ähnlich ausgerichteten Unternehmen will die OIKOPOLIS-Gruppe auch über Kooperationen mit Mitbewerbern die ökologische Landwirtschaft fördern. So wird über den Großhandel BIOGROS nicht nur die eigene Tochtergesellschaft NATURATA Luxembourg mit Biohandelswaren beliefert, sondern auch direkte Konkurrenten und

sogar konventionelle Supermärkte können zu gleichen Konditionen Bioprodukte beziehen. Durch die Zusammenarbeit mit konventionellen Marktstrukturen kann eine größere Abnehmergruppe für Biowaren erschlossen werden, was mittelfristig den gesamten Branchenstandard erhöht. Obwohl durch die Zusammenarbeit unseres Großhändlers BIOGROS mit externen Einzelhändlern das Alleinstellungsmerkmal unserer NATURATA-Läden geschmälert wird, bieten Kooperation und Arbeitsteilung mit Mitbewerbern doch auch ökonomische Vorteile, denn in den Bereichen Marketing, Transport, Distribution, Verpackung und Technologie ergeben sich zum Teil erheblich Einsparpotentiale. Auch ökologisch gesehen, bringen diese Kooperationen viele Vorteile mit sich. Wie bereits erwähnt<sup>1</sup>, ist es unser erklärtes Ziel, assoziativ mit konventionellen Partnern zusammenzuarbeiten, um dadurch ökologische und Sozialstandards zu fördern und einer allzu starken Ökonomisierung dieser Bereiche entgegenzuwirken.

Schon seit mehreren Jahren kooperiert BIOGROS mit verschiedenen Organisationen zur Wiedereingliederung von Langzeitarbeitslosen. Dazu zählen das Forum pour l'emploi, ProActif a.s.b.l. und CIGL. Die beiden erstgenannten sind sogar Mitglieder der Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (BIOG). Über BIOGROS können sie Übermengen an selbstproduzierten Lebensmitteln absetzen, die auf lokalen Märkten nicht verkauft werden können.

*Auch das Forum pour  
l'emploi asbl ist Mitglied  
der BIOG-Genossenschaft*



Seit einigen Jahren vermietet die Tochtergesellschaft OEKimmO Räumlichkeiten im OIKOPOLIS-Zentrum an die gemeinnützigen Vereine „Bio-Lëtzebuerg“ und „IBLA“, das Institut für biologische Landwirtschaft in Luxemburg. Bio-Lëtzebuerg ist zum einen Interessenvertretung und politisches Sprachrohr fast aller Luxemburger Bio-Bauern – nicht nur der BIOG-Mitglieder. Zum andern ist der Verein aber auch für die Implementierung (nationaler) Bio- und Demeter-Richtlinien, deren Kontrolle und Zertifizierung zuständig. Das IBLA hingegen entwickelt über Forschung und Beratung die Kompetenz der Bio-Bauern und -Gärtner weiter.

Die OIKOPOLIS-Gruppe arbeitet mit beiden Vereinen eng zusammen, um die ökologischen Branchenstandards in Luxemburg weiterzuentwickeln. Einzelne OIKOPOLIS-Mitarbeiter sind auch in den Vorständen der beiden Bio-Vereine tätig und können dadurch direkt auf politischer Ebene Einfluss nehmen. So konnten die Vereine Demeter und BioLabel bereits bei der Einführung der EU-Bio-Verordnung von 1991 mitwirken. Sowohl die BIOG-Genossenschaft als auch der Verein Bio-Lëtzebuerg arbeiten seit 2009 aktiv am nationalen Bio-Aktionsplan mit. Dadurch wurde unter anderem auch

<sup>1</sup> S.o., Kap. D2, S. 25f.



die finanzielle Unterstützung und somit das Fortbestehen des IBLA gesichert.

Beide Vereine wurden aufgrund ihrer Kompetenz im Biobereich auch bei der Einführung des neuen Luxemburger Agrargesetzes offiziell zu Rate gezogen. Dies führte dazu, dass die Regierung Luxemburgs die biologische Landwirtschaft als Leitbild im Gesetzesentwurf verankert hat. Die Strukturen der beiden Vereine sind aber so aufgebaut, dass die OIKOPOLIS-Wirtschaftsbetriebe keinen Einfluss auf Zertifizierungsfragen haben.

Änder Schanck, Vorstandsvorsitzender der OIKOPOLIS Participations SA und Mitglied des Vorstandes von Bio-Lëtzebuerg, vertritt seit mehr als 20 Jahren Demeter-Interessen auch auf internationaler Ebene (Demeter International). Aus diesem Grund war er an der Entwicklung der international geltenden Richtlinien für die biologisch-dynamische Landwirtschaft beteiligt.

Zusammen mit dem Centre de Ressources des Technologies pour l'Environnement (CRTE) Henri Tudor hat sich die OIKOPOLIS-Gruppe in den Jahren 2010-14 an einer EU-INTERREG-Studie zum Thema Nachhaltigkeit beteiligt.

Alle Betriebe der heutigen OIKOPOLIS-Gruppe sind aus der 1988 gegründeten Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (BIOG) entstanden, um wie diese die landwirtschaftlichen Produkte der Luxemburger Biobauern zu verarbeiten und zu vermarkten. Die Betriebe BIOGROS, NATURATA und OEKimmO wurden ab 1989 gegründet, um das Ziel der Genossenschaft fachgerechter umsetzen zu können. Die Förderung der ökologischen Landwirtschaft ist und bleibt Unternehmenszweck aller OIKOPOLIS-Betriebe und somit unverzichtbarer Bestandteil der Unternehmenspositionierung.



*Die Gründer der BIOG-Genossenschaft 1988*

## E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung unserer Produkte bzw. Dienstleistungen

Unser Kerngeschäft bezieht sich auf die Produktion und Vermarktung von Bio-Handelswaren. Da der Großteil unseres Angebots Bio-Lebensmittel sind, befriedigen diese Produkte das Grundbedürfnis nach Nahrung und beachten dabei zugleich ökologische Standards. Deshalb haben unsere Produkte schon vom Ansatz her eine positive Auswirkung für Mensch und Umwelt.



Die fünf wichtigsten Produktgruppen bei NATURATA sind neben dem Frischebereich (Molkereiprodukte und andere Waren, die der Kühlung bedürfen) vor allem Obst und Gemüse, Backwaren, Trockenprodukte sowie Drogerieartikel. Zu diesen gehören neben Nahrungsergänzungsmitteln auch Hygieneartikel, Pflege- und Kosmetikprodukte sowie Reinigungsmittel. Damit erfüllen auch die Drogerieprodukte menschliche Grundbedürfnisse, nämlich die nach Pflege und Wohlbefinden.

Neben den Grundbedürfnissen Nahrung und Wohlbefinden, die durch unser Warenangebot gedeckt werden, erfüllen die von uns in Umlauf gebrachten Produkte noch weitere Grundbedürfnisse: Da sie biologisch hergestellt werden, fördern sie Gesundheit und eine nachhaltige Entwicklung des menschlichen Umfelds. Generell spricht eine ganze Reihe starker Argumente für die Biolandwirtschaft. Zu ihren meistgenannten Vorteilen zählen: Ernährungssicherheit, Verzicht auf chemisch-synthetische Herbizide, Pestizide und mineralöhlhaltige Düngemittel, Schutz der Artenvielfalt und Biodiversität, Tierschutz, Schutz der Bodenfruchtbarkeit, Grundwasserschutz, Klimaschutz u.a.m.



*Für die Biolandwirtschaft sprechen starke Argumente.*

*Foto: Georges Goedert*

Uns ist bewusst, dass wir anderen Unternehmen gegenüber schon allein wegen unseres Sortiments einen Ökologie-Vorsprung haben, da ja alle von uns in Umlauf gebrachten Produkte biologisch zertifiziert sind oder – im Fall der Kosmetika – zumindest auf natürliche Art und Weise hergestellt werden. Wir vergleichen uns jedoch weder mit konventionellen Lebensmittelhändlern noch mit biologisch orientierten Mitbewerbern, denn wir sind der Meinung, dass soziale und ökologische Zielsetzungen branchenunabhängig verfolgt werden sollten. Dabei muss jeder Betrieb für sich planen und, ausgehend vom jeweiligen Status Quo, den größtmöglichen Nutzen für das Gemeinwohl anstreben. Insofern wetteifern wir in unserem Optimierungsstreben immer nur mit uns selbst.

## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Bei aller Selbstreflektion, z.B. in Fragen der Sortimentsabrundung im Sinne von „Bio & Fair“, mit Blick auf eine möglichst ökologische Gebäudetechnik oder allgemein zum Thema Ressourcenschonung/Energieeinsparung, stehen

unsere Betriebe dennoch in vielfältigen Wechselwirkungen mit der Gesellschaft. So gibt es eine Reihe von Projekten und Maßnahmen, mit denen die OIKOPOLIS-Betriebe ein gesellschaftliches Engagement zeigen, das durchaus auf Breitenwirkung zielt. Bei diesen Effekten geht es uns jedoch nicht um Öffentlichkeitsarbeit im herkömmlichen Sinn, also um Image-Werbung fürs eigene Unternehmen, sondern um die jeweils transportierte Botschaft.



Auch OIKOPOLIS-MitarbeiterInnen beteiligen sich an der jährlichen Aktion „Zukunft Säen“

Letztendlich wollen wir mit unserem gesellschaftsrelevanten Handeln zum Nachdenken anregen und so im besten Falle bewusstseinsbildend wirken. In dieser Wirkungsabsicht stehen alle nachstehend aufgelisteten Aktivitäten. Wo wir auf weitergehende Effekte hoffen, die über reine Bewusstseinsbildung hinausgehen, wird die jeweilige Wirkungsabsicht ausdrücklich benannt (siehe *Kursivschrift*). Die Reihenfolge der Aufzählung impliziert keine Wertung, sondern folgt in etwa der Chronologie der Ereignisse und Einsätze und zeigt diese in ihren inhaltlichen Zusammenhängen:

- Zusammenarbeit und Lobbyarbeit in den Vereinen IBLA, Bio-Lëtzebuerg und Demeter International zur *Mitgestaltung (nationaler wie internationaler, v.a. EU-weiter) Agrargesetze und -reformen sowie Bio-Richtlinien*
- Gezielte Unterstützung der Luxemburger Plattform „Meng Landwirtschaft“ und aktive Mitarbeit in der Task Force des staatlichen Aktionsplans zur Förderung der Biolandwirtschaft in Luxemburg im Sinne einer *Neuausrichtung der Agrarpolitik in Luxemburg*
- Aktive Beteiligung zweier OIKOPOLIS-Verantwortlicher, die zugleich Vorstandsmitglieder von Bio-Lëtzebuerg sind (Änder Schanck und Roland Majerus, an der von Bio-Lëtzebuerg maßgeblich mit betriebenen Gründung von etika im Jahr 1996, einem Verein ohne Gewinnzweck (asbl), zur *Förderung alternativer Finanzierungsformen und Denkanstöße für einen ethischen Umgang mit Geld*
- Individuelles Engagement mehrerer OIKOPOLIS-MitarbeiterInnen im Verein Bio-Lëtzebuerg bzw. bei der darin integrierten Fachgruppe Demeter Luxemburg zur *Förderung biologischer und bio-dynamischer Landwirtschaft*

- Mit-Organisation (zusammen mit dem Verein Bio-Lëtzebuerg) jährlicher Ernährungsseminare von Petra Kühne (Arbeitskreis für Ernährungsforschung e.V.) für MitarbeiterInnen und KundInnen der OIKOPOLIS-Betriebe zur *Bewusstseinsbildung und Informationsvermittlung im Bereich gesunder und zugleich nachhaltiger Ernährung*
- Veröffentlichung eigener Beiträge in der von Bio-Lëtzebuerg herausgegebenen Gratis-Zeitschrift *Agri-Kultur, Magazin für ökologische Agrar- und Esskultur in Luxemburg* (= vierteljährliches Fachorgan der Biolandbauvereinigungen Luxemburgs) zur *Sensibilisierung der VerbraucherInnen für ökologische Landwirtschaft, v.a. durch informative Einblicke „hinter die Kulissen“*
- Co-Finanzierung (zusammen mit den Cactus-Supermärkten) von 50 % der Gesamtauflage des Magazins *Agri-Kultur*, i.e. von 3.000 der insgesamt 6.000 Exemplare pro Quartal zur *Stärkung der Unternehmenspartnerschaft und des von ihr im Rahmen eines trilateralen Kooperations- und Beratungsvertrages bestehenden Bandes zum Verein Bio-Lëtzebuerg – neben der erwähnten Wirkung auf das Lesepublikum (s.o.)*.



*Unterstützung des gemeinnützigen Vereins ADS (Aide au Développement de la Santé asbl) durch NATURATA Luxembourg (Photo: ADS)*

- Engagement einzelner Mitarbeiter am Goetheanum, Sitz der Freien Hochschule für Geisteswissenschaft und der Allgemeinen Anthroposophischen Gesellschaft, mit Vorträgen zur *Bewusstseinsbildung zu verschiedenen gesellschaftsrelevanten Themen, u.a. biologisch-dynamische Landwirtschaft, alternatives Wirtschaften, Sozialorganisation*
- Wöchentliches Angebot anthroposophischer Lektüre- und Gesprächskreise für Mitarbeitende und Gäste am OIKOPOLIS-Zentrum (Wirkungsabsicht: *allgemeine Bewusstseinsbildung im sozialen und konkrete Informationsvermittlung im landwirtschaftlichen Bereich (Demeter)*)

- Aktive Beteiligung etlicher MitarbeiterInnen der OIKOPOLIS-Gruppe an der Etablierung der Initiative BGE (Bedingungsloses Grundeinkommen) für den Raum Luxemburg zur *allgemeinen Bewusstseinsbildung und um konkrete Denkanstöße für neue Wirtschaftsformen zu geben*
- Unterstützung von und Zusammenarbeit mit der internationalen Studentenvereinigung OIKOS für eine nachhaltige Wirtschaft, um *Multiplikatoreneffekte in der (Aus-)Bildung* zu bewirken
- Angebot der öffentlichen und kostenfrei zugänglichen Veranstaltungsreihe „OIKOPOLIS am Dialog“, bei der externe Fachreferenten und international anerkannte Experten Vorträge und Workshops zu gesellschaftlich relevanten Themen abhalten, u.a. zu alternativen Wirtschafts- und Sozialmodellen, aber auch aus den Bereichen ökologischer Landbau bzw. ökologische Tierzucht zur *allgemeinen Bewusstseinsbildung und spezifischen Informationsvermittlung*
- Wissenschaftliche Zusammenarbeit mit dem CRP Henri TUDOR (staatliches Forschungsinstitut) zum Thema Nachhaltigkeit mit der Wirkungsabsicht, *angewandte Grundlagenforschung durch gemeinsame Entwicklung eines Dokumentations- und Analysetools für unternehmensgenerierte CO<sub>2</sub>-Emissionen* zu betreiben (wichtiger „Sekundäreffekt“: *Erkennen strategischer Optimierungspotentiale in der Nachhaltigkeitsarbeit der OIKOPOLIS-Gruppe*)
- Ausgleichszahlungen für die laut „Tudor-Tool“ ermittelten Treibhausgasemissionen durch OIKOPOLIS-Betriebe im abgelaufenen Geschäftsjahr zwecks *CO<sub>2</sub>-Kompensation „vor der Haustür“ und Förderung positiver Umwelt- und Klimaeffekte* durch Spendenüberreichung an Biolandbauvereinigungen in Luxemburg<sup>1</sup>
- Finanzielle und kommunikative Unterstützung des Projekts FAIR-BREEDING<sup>2</sup> und des Vereins Kultursaat mit 0,3 % des jährlichen NATURATA-Obst-und-Gemüse-Umsatzes für zunächst 10 Jahre (im Rahmen der Kooperation mit dem Verein NATURATA International – Gemeinsam handeln e.V.). Wirkung: *gentechnikfreie, rein züchterische Herstellung von ökologischem Saatgut, Erhalt der Biodiversität, Förderung samenfester Sorten, Ermöglichung von Kreislaufwirtschaft bei Bio-Gärtnern und -Gemüsebauern und deren Emanzipierung von internationalen Saatgut-Multis, Öffentlichkeitsarbeit zum Thema mit der Begleitwirkung allgemeiner Bewusstseinsbildung zum Themenkomplex teilsteriler Hybridsorten vs. samenfester Zuchtpflanzen*
- (Weihnachts-)Spendenaktion durch Weitergabe der von KundInnen überlassenen NATURATA-Sammelpunkte an den Luxemburger gemeinnützigen Verein ADS (Aide au Développement de la Santé asbl) und Verdoppelung der so gesammelten Spende (1 Sammelmarke entspricht 1 Euro) durch NATURATA Luxembourg zur *finanziellen Unterstützung herzkranker Kinder in Laos und Vietnam*
- Naturalienspenden der OIKOPOLIS-Betriebe BIOG, BIOGROS und NATURATA an die Aktion SOS Faim: *Kochen als Aktion gegen die Wegwerfmentalität*
- Beteiligung an der Aktion „Zukunft säen“ für eine gentechnikfreie und bäuerliche Landwirtschaft (Wirkung: *Bewusstseinsbildung zum Problemfeld Bioiversität*)
- Ansiedlung mehrerer Bienenstöcke am OIKOPOLIS-Zentrum Munsbach zur *MitarbeiterInnenschulung in Sachen ökologischer Bienenzucht und –honiggewinnung und Biodiversitätspflege im umgebenden Naturschutzgebiet*

<sup>1</sup> S.u., S. 38 f.

<sup>2</sup> Kooperationsprojekt der biodynamische Pflanzenzüchtung als Teil assoziativen Wirtschaftens





*Bienenstöcke neben dem NATURATA- Hofladen Kass-Haff*

Auch wenn der offizielle Leitfaden zur Formulierung dieses Gemeinwohl-Indikators nach dem finanziellen „Wert“ des gesellschaftlichen Engagements fragt, können und wollen wir diese Frage nicht beantworten. Zum einen sind gesellschaftliche Wirkungen kaum in Geldwerten zu berechnen, zum anderen können wir unsere oben aufgelisteten gesellschaftsrelevanten Aktivitäten ohnehin kaum von unserem täglichen Wirken trennen. Es ist auch nicht unser Ziel, einfach eine beliebige Summe „für wohltätige Zwecke“ zu spenden, sondern wir denken, dass wir, indem wir unsere tägliche Arbeit auf die Förderung des Gemeinwohls ausrichten, mehr bewirken als mit einzelnen Spendenaktionen. Über diese lässt sich zwar eine höhere mediale Aufmerksamkeit erreichen, aber keine so hohe nachhaltige Wirkung erzielen.

Die Trennung von Wirtschaft und Gemeinwohl, wie sie im Fragenkatalog zur Gemeinwohlbilanz verankert ist, ist nicht in unserem Sinn. Wir wollen die vermeintliche „Sonntagsarbeit“ ganz bewusst am Werktag machen. Feiertagsengagement ist nicht unsere Sache. Durch unsere Beteiligung unterstützen wir Unternehmen, die sonst kaum überlebensfähig wären. Unser Ziel ist es, alle (Mit-)Glieder der Wertschöpfungskette an einer gerechten Verteilung der Preise teilhaben zu lassen. Insbesondere die Produzenten sollen einen angemessenen Preis ausbezahlt bekommen und nicht über eine mediale Spendenaktion finanziert werden.

Durch unsere Leistungen haben wir mit anderen dazu beigetragen, dass die neue Regierung Luxemburgs nach dem Machtwechsel Ende 2013 (Dreierkoalition aus Liberalen, Grünen und Sozialisten) die biologische Landwirtschaft als Leitbild verankert hat.

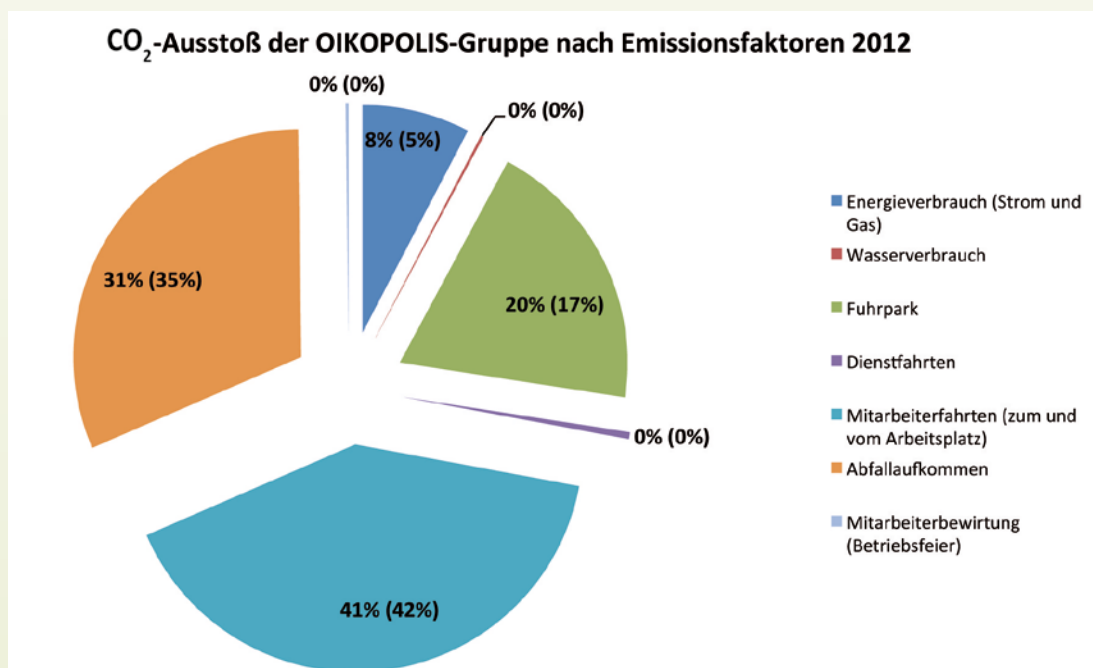
Auch mit Hilfe unserer Kompensationszahlungen wollen wir (umwelt-)politisch Wirkung erzielen. Zum Ausgleich für die von OIKOPOLIS-Betrieben trotz aller Bemühungen um Energieeinsparung verbrauchten Primärenergien und ausgestoßenen Treibhausgase spenden wir deshalb ein festgesetztes Geldäquivalent an vorwiegend lokale Institutionen zur Förderung der Biolandwirtschaft Luxemburg – mehr dazu im nächsten Kapitel (E3).

Ein großer Vorteil für unsere gesellschaftliche Wirkung ist der Standort Luxemburg. Durch die überschaubare Größe des Landes und die persönlichen Beziehungen zu Politik und anderen Berührungsgruppen haben viele unserer Handlungen eine ungleich größere und nachhaltigere Wirkung, als dies in anonymen Großstrukturen der Fall wäre. Dies gilt vor allem im Bereich der Bewusstseinsbildung für eine ökologisch, sozial und ökonomisch nachhaltige Gestaltung von unserer Zukunft.

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

In Kooperation mit dem staatlichen Forschungsinstitut Centre de Ressources des Technologies pour l'Environnement (CRTE-CRP) Henri Tudor wurde rückwirkend bis ins Jahr 2008 der jährliche Ökologische Fußabdruck der gesamten OIKOPOLIS-Gruppe einschließlich aller NATURATA-Filialen ermittelt und 2013 ein erster umfassender Nachhaltigkeitsbericht der Gruppe veröffentlicht. Da die Berechnung unseres Fußabdrucks für das Jahr 2013 zum Zeitpunkt des Audits noch nicht abgeschlossen war, weil einige Energieverbrauchsdaten fehlten, greifen wir hier auf den Footprint des Jahres 2012 zurück.

Am meisten überrascht hat uns bei der Auswertung die Feststellung, dass der größte Anteil an CO<sub>2</sub>-Emissionen (41 %) in der OIKOPOLIS-Gruppe durch Mitarbeiterfahrten zwischen Wohnort und Arbeitsplatz anfallen. Demgegenüber generierte der gesamte Fuhrpark der OIKOPOLIS-Betriebe, einschließlich aller Liefertouren, nur 20 % der Gesamt-Emissionen, und das gesamte Abfall- und Verpackungsmüllaufkommen schlug mit 31 % zu Buche, während der Primärenergieverbrauch (Ökostrom und Gas) nur 8 % ausmachte. Umso dringender ist der Handlungsbedarf im Bereich Mitarbeiterfahrten. Im Sommer 2014 haben wir eine Umfrage zum Mobilitätsverhalten unserer Mitarbeitenden durchgeführt, um mittelfristig eine nachhaltige Mobilitätspolitik auszuarbeiten und so die CO<sub>2</sub>-Emissionen zulasten des Betriebs weiter reduzieren zu können.



CO<sub>2</sub>-Fußabdruck  
der OIKOPOLIS-Gruppe  
(Stand 2012,  
Vergleichswerte von  
2008 in Klammern)

Im Zuge ihrer Nachhaltigkeitsarbeit hat sich die OIKOPOLIS-Gruppe entschlossen, ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen zu kompensieren, indem sie Projekte fördert, die ganz unmittelbar den Menschen im Einzugsbereich ihrer Unternehmenstätigkeit zugutekommen. In der CO<sub>2</sub>-Bilanz der Gruppe stand am Ende des Jahres 2012 ein Ökologischer Fußabdruck, der dem Gewicht von 1.031 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent entspricht. Um diesen „Carbon Footprint“ auszugleichen, hat der Vorstand der OIKOPOLIS-Gruppe Ausgleichszahlungen von 20 Euro je Tonne CO<sub>2</sub>-äq. beschlossen.

Im internationalen Vergleich bewegen wir uns damit im obersten Fünftel dessen, was im UN-zertifizierten Kompensationshandel gezahlt wird, denn dort ist der „Preis“ für eine Tonne Treibhausgas-Emissionen von anfangs 25 Euro auf ganze 5 Euro verfallen. Diesen Preisverfall lehnen wir ab, weil wir „Greenwashing“ nicht als ein Ziel an sich ansehen, sondern ehrlich nach weiterer Emissionsreduzierung streben. Auch deshalb wollen wir die Biolandwirtschaft weiter stärken, denn sie wirkt Klimaschäden auch aktiv nachhaltig entgegen, da u.a. Kohlenstoff im Humus gebunden wird.

Die so errechneten 20.620 Euro (1.031 Tonnen CO<sub>2</sub>-äq. X 20 Eur/t CO<sub>2</sub>-äq. ) an Ausgleichszahlungen hat die OIKOPOLIS-Gruppe im Dezember 2013 zu gleichen Teilen an zwei Organisationen überwiesen, die die Luxemburger Bio-Landwirtschaft auf je eigene Weise unterstützen und fördern: das „Institut fir biologesch Landwirtschaft an Agrarkultur Luxemburg“, kurz: IBLA, und der gemeinnützige Verein „Bio-Lëtzebuerg–Vereenigung fir Bio-Landwirtschaft Lëtzebuerg a.s.b.l.“, in dem der ehemalige „Demeter Bond Lëtzebuerg“ und die Asbl „bio-LABEL“ fusioniert sind.



*Die OIKOPOLIS-Vorstandsmitglieder Änder Schanck und Roland Majerus (1. und 3. v.l.) überreichten die Kompensationsschecks für das Jahr 2012 an Bio-Lëtzebuerg-Direktorin Daniela Noesen und IBLA-Direktor Raymond Aendekerk*

Anknüpfend an die Zusammenarbeit mit dem TUDOR-Institut hat sich die OIKOPOLIS-Gruppe von 2012 bis 2014 auch an einer EU-INTERREG-Studie zum Thema Nachhaltigkeit beteiligt. Dabei wurden nicht nur Strategien zur Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen entwickelt, sondern auch soziale Aspekte und deren Verbesserungsmöglichkeiten besprochen.

Wie bereits beschrieben<sup>1</sup>, bemühen wir uns bei der Planung neuer Immobilienprojekte grundsätzlich, auf Lösungen zurückzugreifen, die dem letzten Stand ökologischen und nachhaltigen Bauens entsprechen. So sind unsere neuesten Filialen Niedrigenergiehäuser, in denen die Abwärme der Kühlanlagen rückgewonnen und als Heizwärme eingespeist wird. Auch hier verwenden wir nur Naturstrom aus erneuerbaren Energien (Wasserkraft) und stromsparende LED-Leuchttechnik.

Eine der Kernaufgaben der OIKOPOLIS-Tochtergesellschaft OEKimmO besteht in der Wartung und Planung der Infrastrukturen der gesamten OIKOPOLIS-Gruppe, damit auch weiterhin die ökologische Effizienz der eingesetzten Technik verbessert werden kann. Vorteile für künftige Projektplanungen schafft zudem die Einbindung des Unternehmens BIOBAU in das OIKOPOLIS-Netzwerk. So haben wir einen starken Partner für wohngesunde und wertbeständige Baustoffe zur Seite.

<sup>1</sup> S.o., S. 9f.



## E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung

Der konsolidierte Gewinn im Jahr 2013 betrug 536.341 Euro. Nach Abzug der gesetzlichen Rücklagen von 71.695 Euro (13 %) wurden für das Jahr 2013 insgesamt 91.539,60 Euro an Dividenden ausbezahlt, das entspricht 17 % des Gewinns. Hinzu kamen 100.000 Euro, die als Mitarbeiterprämien ausbezahlt wurden. 51 % des Gewinns wurden reinvestiert.

Da neben Privataktionären auch die BIOG-Genossenschaft und die OIKOPOLIS sàrl Hauptaktionäre der OIKOPOLIS Participations SA sind – 19,28 % hält die BIOG und 19,55 % die OIKOPOLIS sàrl – bleiben die ihnen zustehenden, Dividenden im Unternehmen und werden innerhalb der OIKOPOLIS-Gruppe. Bis zu 38 % der Auszahlungen werden also nicht ausgeschüttet.

Die restlichen 55.990,10 Euro an Dividenden für das Geschäftsjahr 2013 wurden den Aktionären ausbezahlt. 6 % von ihnen sind MitarbeiterInnen, die anderen ausnahmslos KundInnen. Addiert man die 6 % an MitarbeiterInnen ausbezahlten Dividenden mit den Mitarbeiterprämien (vor Steuern), dann ging fast ein Fünftel des Unternehmensgewinns 2013 (19,7 %) an Mitarbeitende. Dies entspricht einem Betrag von 105.889,80 Euro und erhöht das Verhältnis der Gewinnausschüttung an Mitarbeiter zu derjenigen an Kunden auf 2:1. Mit anderen Worten: nur 10% des erwirtschafteten Betriebsgewinns „verlassen“ das Unternehmen und gehen an nicht mitarbeitende Privatpersonen.

Wir meinen jedoch, dass auch unsere KundInnen durch ihre Kaufentscheidungen zur Förderung der ökologischen Landwirtschaft beitragen. Auch deshalb war es von jeher ein zentrales Anliegen der OIKOPOLIS-Betriebe, die KundInnen als Aktionäre mit einzubinden und quasi zu Co-Produzenten zu machen.



*Durch die Beteiligung der OIKOPOLIS Participations am Demeter-Hof Kass-Haff werden auch dessen pädagogische Programme indirekt unterstützt*



## E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung

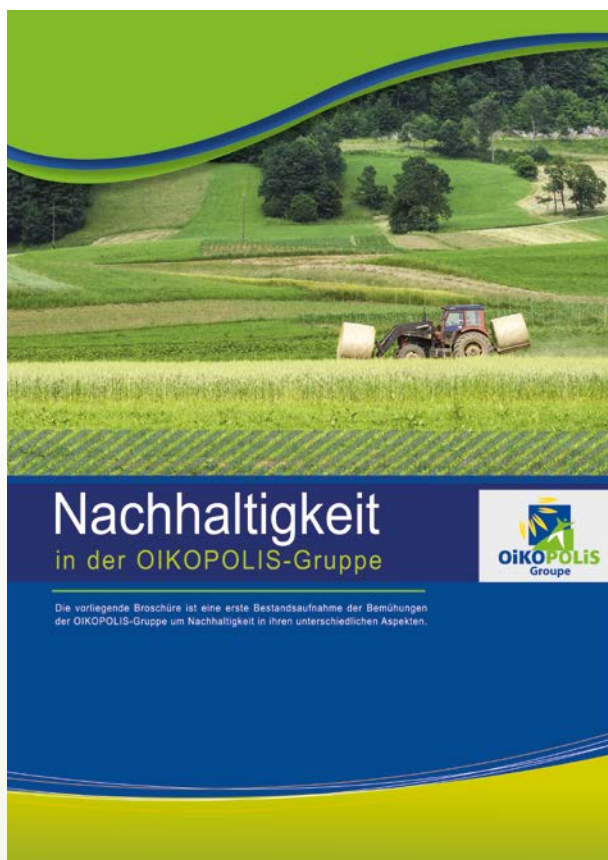
Über die gesetzliche Publikationspflicht hinaus, die z.B. die Veröffentlichung von Jahresberichten, Hygieneberichten und Biozertifikaten verbindlich vorschreibt, gehen wir auch mit zahlreichen anderen Druckerzeugnissen an die Öffentlichkeit, die keine Werbe-, sondern Informationsmaterialien sind. Neben den in zwei Sprachen (D/F) regelmäßig neu aufgelegten NATURATA-Info-Blättern, die Ernährungsberaterin Petra Kühne zu verschiedenen Produktgruppen für uns verfasst, und die z.T. auch in deutschen Biofachgeschäften verteilt werden, ist hier zum Beispiel die Festbroschüre zum 25-jährigen Jubiläum der OIKOPOLIS-Bio-Vermarktungsinitiativen zu nennen, die seit Frühjahr 2014 vorliegt. Mit Hintergrundartikeln und zahlreichen Interviews verantwortlicher OIKOPOLIS-Mitarbeiter auf der einen und umfangreichem Bildmaterial auf der anderen Seite gewährt sie einen guten Einblick in Unternehmensgeschichte, -struktur und -philosophie.

Festbroschüre zum  
25-jährigen Jubiläum  
der OIKOPOLIS-  
Vermarktungsinitiativen



Transparenz schaffen wir auch mit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht, der 2013 erschien. Er orientiert sich in seinem quantitativen Teil an vergleichbaren Emissions-Rapports, verfügt aber auch über einen qualitativ orientierten Teil, der sehr unternehmensspezifisch ist. Hier wird, ausgehend von der Charta der BIOG-Werte und dem Leitbild der OIKOPOLIS-Gruppe, ein modifiziertes Nachhaltigkeitsmodell vorgeschlagen, in dem der gesellschaftliche Kontext in den Fokus rückt und nicht quantifizierbare Aspekte der sozialen und geistigen Nachhaltigkeit skizziert werden, die für das Handeln der OIKOPOLIS-Betriebe wichtig sind. Nicht zuletzt wegen dieser besonderen Darstellungsweise wurde der Bericht nicht nach GRI-Richtlinien, also den formalen Empfehlungen der Global Reporting Initiative, verifiziert. Auf diesen Umstand wird bereits auf dem Titelblatt ausdrücklich hingewiesen, denn dort ist bewusst weder von einem Nachhaltigkeits„report“ noch von einer spezifischen „Strategie“ die Rede. Stattdessen lautet der Titel: „Nachhaltigkeit in der OIKOPOLIS-Gruppe“ mit dem Zusatz: „Die vorliegende Broschüre ist eine erste Bestandsaufnahme der Bemühungen der OIKOPOLIS-Gruppe um Nachhaltigkeit in ihren unterschiedlichen Aspekten.“ Diese Broschüre liegt sowohl als Printversion als auch in digitaler Fassung vor und wird als solche auf unserer Homepage zum Download angeboten.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Download unter [www.oikopolis.lu/de/publikationen](http://www.oikopolis.lu/de/publikationen), Printversion auf Nachfrage in jedem NATURATA-Laden.



*Nachhaltigkeit in der OIKOPOLIS-Gruppe 2013*

Im Zuge der 2013 erneut durchgeführten Eigenkapitalerhöhung über den Weg eines öffentlichen Zeichnungsangebots wurde zudem ein Wertpapierprospekt an Interessierte und Bestandsaktionäre ausgehändigt. Auch diese Publikation beinhaltete umfangreiches Fakten- und Zahlenmaterial aus der Unternehmensgruppe.

Als regional verwurzeltes Unternehmen stehen wir in engem Kontakt zu diversen gesellschaftlichen Berührungsgruppen. Mit einigen dieser Gruppen verbinden uns gemeinsame Projekte. So kooperieren wir zum Beispiel mit Greenpeace, mit der Ökologiebewegung Mouvement écologique (Mouvéco), sind Partner der Aktion „Autofasten“ und waren unter anderem mit verschiedenen Nichtregierungsorganisationen zusammen Co-Gründer des Etika-Vereins. Einige unserer Mitarbeitenden engagieren sich auch privat auf Gebieten, die für die OIKOPOLIS-Philosophie von Bedeutung sind – von der Landwirtschaft bis hin zur Energieversorgung –, und sind deshalb mehr oder minder regelmäßig in politische und gesamtgesellschaftliche Entscheidungsprozesse involviert, die nicht immer klar von der Unternehmenstätigkeit der OIKOPOLIS-Gruppe zu trennen sind.

Als Betriebsstruktur versuchen wir generell, unser unternehmerisches Handeln in einen größeren Kontext zu stellen, der sowohl politische als auch gesellschaftliche Bereiche betrifft. Dennoch ist es nicht unsere Absicht, alle Berührungsgruppen vor der Planung von Projekten mit einzubeziehen. So war und ist es auch heute z.B. nicht unser Anliegen, wesentliche Berührungsgruppen wie die traditionelle Landwirtschaft oder ebensolche Wirtschaftsunternehmen bei unseren Initiativen mitbestimmen zu lassen. Aus unternehmerischer Sicht ist dies wenig sinnvoll. Unser Verständnis von Mitbestimmung unterscheidet sich hier doch etwas von dem der Gemeinwohl-Ökonomie, denn für uns ist Mitbestimmung immer auch mit der Verantwortung verbunden, die jemand bereit ist zu übernehmen. Die Mitbestimmung Fremder und Externer ohne Übernahme von Verantwortung ist für uns nicht erstrebenswert. Permanenter Außendialog und Mitbestimmung der erwähnten Berührungsgruppen bei wesentlichen Themen und strategischen Unternehmensentscheidungen ist deshalb nicht unser Ziel.

## Schlusswort:

*Die Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz anhand der allgemein verbindlichen Gemeinwohl-Matrix macht die Gemeinwohl-orientierung eines Unternehmens (oder einer Institution) durch standardisierte Fragen und Bewertungen vergleichbar und sogar messbar. So lässt sich transparent nachvollziehen, wie im unternehmerischen Alltag Gemeinwohl-Werte wie ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und Solidarität berücksichtigt und gefördert werden.*

*Die Biolandwirtschaft, der die OIKOPOLIS-Gruppe seit Gründung der BIOG-Genossenschaft verbunden ist, bringt ein Engagement für das Gemeinwohl teilweise schon mit sich. Doch der Schutz der natürlichen Umwelt reicht nicht aus. Deshalb streben wir danach, gleichermaßen „bio & fair“ zu sein. Die hohe Punktzahl bei unserem ersten Gemeinwohl-Testat (633/1000, siehe rechts) ist deshalb keine bloße Trophäe. Vielmehr hat die Beschäftigung mit der Gemeinwohl-Bilanz in der OIKOPOLIS-Gruppe einen Prozess angestoßen, der weiterhin der kritischen Selbstbefragung dient.*

# TESTAT : AUDIT

## GEMEINWOHL- BILANZ 2013

für OIKOPOLIS Participations

AuditorIn Gitta Walchner

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				80 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				60 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz
	50 %	60 %	50 %	60 %	50 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung	D2: Solidarität mit Mitunternehmen	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards
	60 %	70 %	70 %	70 %	80 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
	80 %	70 %	70 %	40 %	40 %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO- Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	Feindliche Übernahme Sperrpatente Dumpingpreise	Illegitime Umweltbelastungen Verstöße gegen Umweltauflagen Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte)	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn Umgehung der Steuerpflicht Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung eines Betriebsrats Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister Exzessive Einkommens- spreizung
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0

Mit diesem Testat wird das Audit 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](http://www.gemeinwohl-oekonomie.org)

Testat gültig bis 31.10.2016

BILANZSUMME 633



GEMEINWOHL  
**ÖKONOMIE**   
Ein Wirtschaftsmodell  
mit Zukunft

