GEMEINWOHL ÖKONOMIE

em chiemgau

GEMEINWOHL BERICHT 2017

www.em-chiemgau.de

INHALT

Kurzpräsentation des Unternehmens	3
Testat	7
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	8
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	10
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	12
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	14
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	15
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	17
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	18
B4 Eigentum und Mitentscheidung	19
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	20
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	23
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	25
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	26
D1 Ethische Kund*innenbeziehung	28
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	32
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten undDienstleistungen	35
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	37
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	38
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	39
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	41
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	43
Ausblick	44

Berichtszeitraum: 2017

Klimaneutrales Druckerzeugnis

UNSER BEZUG ZUR GEMEINWOHL-ÖKONOMIE

Die Gemeinwohlökonomie (GWÖ) ist eine Form der Marktwirtschaft, in der nicht Umsatz und Gewinn, sondern die Mehrung des Gemeinwohls im Fokus des Wirtshaftens steht. Ausgehend vom Grundgedanken einer nachhaltigen Wirtschaftsweise entwickeln, produzieren und vertreiben wir Produkte, die in vielen unterschiedlichen Bereichen eingesetzt werden. Durch dieses Wirtschafts- und Lebensmodel möchten wir – auch im Hinblick auf zukünftige Generationen – einen Beitrag zum verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen leisten und durch ein „effektives Miteinander“ gemeinsame Potenziale freisetzen.

Um tiefer in die Thematik der Gemeinwohlökonomie einzusteigen, haben wir bereits 2013 den Initiator der Gemeinwohlökonomie, Herrn Christian Felber, zu einem Vortrag auf den EM-Tagen auf der Fraueninsel eingeladen.

Von seinen Ideen und Forderungen inspiriert, wurde einige Jahre später der Beschluss gefasst, selbst die Zertifizierung als GWÖ-Unternehmen anzustreben.

Christian Felber mit Christoph Fischer bei den EM-Tagen 2013

Im Gespräch mit Besuchern der EM-Tage a. d. Fraueninsel 2013

Unser Wissen ist ein
SCHATZ,
der sich vermehrt,
wenn wir ihn
MITEINANDER TEILEN.

KURZPRÄSENTATION DES UNTERNEHMENS

Die Christoph Fischer GmbH • EM-Chiemgau ist ein wachsender und innovativer Familienbetrieb, der sich seit über 20 Jahren mit naturnahen Wirtschaftsweisen in der Landwirtschaft und im Gartenbau beschäftigt.

Mit dem Einsatz unserer Produkte auf der Basis von Effektiven Mikroorganismen (EM) gelingt es, die Kreislaufwirtschaft im Ackerbau und in tierhaltenden Betrieben zu optimieren und ökologische und ökonomische Vorteile zu schaffen.

Auch für andere Bereiche bietet unser Unternehmen natürliche Lösungskonzepte an – von Gärtnern ohne Gift über Reinigung ohne Chemie bis hin zu Wellnessprodukten (z.B. zur Darmsanierung und Kosmetik) aus der Natur für die Gesundheit.

PRODUKTE

Mittlerweile stellen wir etwa 30 verschiedene eigene EM-Produkte in unterschiedlichen Gebindegrößen her.

Vom Reiniger mit hoher biologischer Abbaubarkeit, über Bodenhilfsstoffe , Pflanzenstärkungsmittel, Produkte zur Schädlingsregulierung bis hin zu Ergänzungsfuttermittel und Fermentprodukte zur Unterstützung der Darmflora.

Wir achten auf regionale Zutaten und legen großen Wert auf ökologische Aspekte im Anbau und in der Herstellung. Neben unseren eigenen EM-Produkten vertreiben wir auch voraktivierte Pflanzenkohle, Gesteinsmehl und ausgesuchte EM-Markenprodukte renommierter Hersteller.

TOP 5

Produkt | Einsatzbereich | Anteil am Umsatz in %

1. Karbosave – Aktivierte Pflanzenkohle | Landwirtschaft 7,80 %
2. CFKE – Chiemgauer Fermentierter Kräuterextrakt | Landwirtschaft 4,82 %
3. EM-aktiv | Garten + Landwirtschaft 4,21 %
4. Multi Impuls | Gesundheit 1,63 %
5. EM-blond | Haushalt 1,52 %

DIENSTLEISTUNGEN

Seit der Firmengründung informieren wir in Seminaren und Workshops zu aktuellen Themen, insbesondere zu den Anwendungsbereichen von EM.

Als Plattform für Veranstaltungen und den Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis wurde 2016 die Chiemgau Akademie mit eigenem Schaugarten am Firmenstandort eröffnet. Bereits im ersten Jahr konnten wir 1.500 Seminarteilnehmer*innen in der Chiemgau Akademie begrüßen.

AUF EINEN BLICK:

Firmenname: Christoph Fischer GmbH · EM-Chiemgau

Rechtsform: GmbH

Website: www.em-chiemgau.de

Branche: Umwelttechnik

Firmenstandorte:
Stephanskirchen / Högering (Hauptsitz)
Nachtsheim in der Eiffel (Kohleverarbeitung, 1 MA)

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:
30 = 13 Vollzeit, 10 Teilzeit
3 auf 450,- EUR-Basis, 4 freie Mitarbeiter

Vollzeitäquivalente: ca. 21

Umsatz: 3,6 Mio. €

Jahresüberschuss: 276.000 €

Berichtszeitraum: 2017

Verkauf von Eigenprodukten: ca. 70 %

Verkauf von Produkten unserer Mitunternehmen: ca. 30 %

Die internen Veranstaltungen (ca. 90% aller Veranstaltungen) in unserer Chiemgau-Akademie dienen v.a. der Informationsweitergabe, dem Erfahrungsaustausch und der Kund*innenbindung und sind größtenteils kostenlos.

INITIATIVE „ZIVILCOURAGE“

Die Initiative Zivilcourage (Freie Bauern und Bürger AG für Agro-Gentechnikfreie Landkreise) wurde 2006 unter der Leitung von Herrn Christoph Fischer mit 40 Landwirten gegründet.

Ziel war es, die breite Bevölkerung über die Gefahren der AgroGentechnik zu informieren.

Im August 2016 feierte die Zivilcourage ihr 10-jähriges Bestehen und ihre Erfolge im Einsatz für eine gentechnikfreie und von Patenten und Konzernen unabhängige bäuerliche Landwirtschaft.

Dieses Ereignis nutzen viele der teilnehmenden Landkreise, um „Zivilcourage“ wiederzubeleben und mit neuem Elan Informations- und Fachveranstaltungen durchzuführen. Davon profitieren nicht nur Landwirte und Verbraucher, sondern auch die Natur, Umwelt und nachfolgende Generationen.

ZIVILCOURAGE AUF EINEM BLICK:

- ca. 120 Vorträge zum Thema Gentechnik
- 30.000 gesammelte Unterschriften

Christoph Fischer,
Initiator der Zivilcourage Bewegung

Annerose Fischer, Hintergrundakteurin zusammen mit Vandana Shiva, Trägerin des alternat. Friedens-Nobelpreis

GEMEINWOHL ÖKONOMIE

TESTAT: PEER-EVALUIERUNG

KOMPAKT

Gemeinwohl-Bilanz 2017 für: EM-Chiemgau- Christoph Fischer GmbH

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 30 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 80 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 90 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 70 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 80 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 60 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 70 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 80 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 80 %	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 70 %
E: GESELLSCHAFT-LICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 100 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 80 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 60 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 50 %
				BILANZSUMME 639

Testat gültig bis: 30.10.2020

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung den Gemeinwohl-Berichts bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.ecogmbh.org

A LIEFERANTEN

Durch Auswahl unserer Zulieferer bei der Kaufentscheidung, persönliche Kontakte und Gestaltung von Vertragsbedingungen können wir Mitverantwortung für unsere Lieferant*innen übernehmen.

UNSERE LIEFERANT*INNEN

Für die Herstellung unserer Produkte kaufen wir Rohstoffe und weiterverarbeitete Waren ein. Unsere direkten Lieferant*innen arbeiten größtenteils nach dem Bio-Standard, d.h. es wird bei der Herstellung von Rohstoffen auf den Einsatz von Pestiziden, Insektiziden und chemischen Düngern verzichtet. Dies hat nicht nur eine positive Wirkung auf die Umwelt, sondern auch auf die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden.

Auch die Ausbeutung von Mensch, Tier und Natur wird hier verneint.

Die Mehrzahl unserer Lieferant*innen sind zudem kleine oder mittelständische Unternehmen, die sich zum Teil schon selbst mit den Prinzipien der GWÖ auseinandergesetzt haben (z.B. Phytodor AG).

Abhängig von der Verfügbarkeit beziehen wir Rohstoffe bevorzugt von regionalen, ökologisch arbeitenden Betrieben. Mit vielen Lieferanten führen wir ein langjähriges, partnerschaftliches Verhältnis.

ZERTIFIKATE UNSERER LIEFERANT*INNEN

Bei unseren Lieferant*innen achten wir derzeit hauptsächlich auf die folgenden Label:

A1 MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

POSITIV-EFFEKT
30 %
14 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

Die Produkte, die ein Unternehmen zukauft, sind mit einer Vielzahl an gesellschaftlichen Auswirkungen verbunden. Insbesondere die Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden sowie die Art der Ressourcennutzung bei unseren Zulieferen sollen an dieser Stelle betrachtet werden. Geschäftsführer Christoph steht mit vielen Lieferant*Innen im direkten Dialog.

ca. 90 %*

ist der Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die unter fairen Bedingungen z.B. kleinstrukt. Familienbetriebe, Bio- und mittelständische Betriebe etc. hergestellt wurden

*Befragungen unser Lieferanten: im Rahmen der GWÖ-Zertifizierung haben wir sechs Lieferant*innen befragt. Fragebögen siehe Anhang. Auszüge werden in den folgenden Seiten dargestellt.*

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette - Wir bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird.

WIR ACHTEN AUF:

- Work-Life Balance mit Gleitzeit und großer Flexibilität
- Gesundheit der Mitarbeiter, z. B. helle Arbeitsräume
- Fort- Weiterbildungen für alle Mitarbeiter
- eigene Lieferanten sind biologisch zertifiziert

phytodor

WAS IST UNS WICHTIG!

Menschenrechte, keine Kinder- und Zwangsarbeit und Respekt vor anderen. Wir verpflichten uns, diese Werte im eigenen Unternehmen sowie in der Lieferkette einzuhalten.

pohli

WIR VERPFLICHTEN UNS:

- zur Gesundheit & Sicherheit all unserer Mitarbeiter
- zu hohen Standards für Gesundheit und Sicherheit
- zu gleichen Chancen für alle Mitarbeiter
- zum Verbot von Diskrimierung und faire und gerechte Behandlung von allen

*geschätzt

um HANSA MELASSE

A2 SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Als Marktführer für die Herstellung von EM-Produkten im süddeutschen Raum tragen wir eine besondere Verantwortung gegenüber unseren Lieferant*Innen und Mitunternehmen bei der Umsetzung von gerechten und solidarischen Geschäftsbedingungen.

Zu diesem Zeitpunkt achten wir v.a. auf gerechte und solidarische Bedingungen gegenüber unseren direkten Lieferant*innen.
Die Berücksichtigung von Labeln, welche Menschenwürde in der Lieferkette gewährleisten, soll in Zukunft stärker gefördert werden.

ca. 70 %

ist der Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt (Bio Label mit einbezogen)

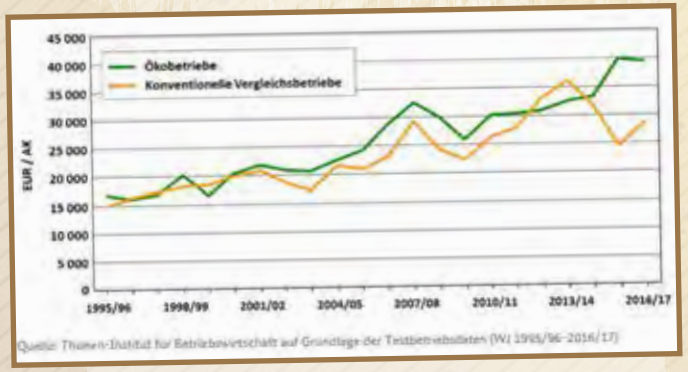
ca. 70 %

ist der Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

EINKOMMENSSITUATION ÖKOLOGISCH ARBEITENDER LANDWIRTE

Ein Großteil unserer Rohstofflieferanten ist bio-zertifiziert. Nach Berechnungen des Thünen-Instituts übertraf das durchschnittliche Einkommen der Ökotestbetriebe das Einkommen der konventionellen Vergleichsbetriebe um rund 10.800 Euro bzw. 38 Prozent.

Qualität hat eben seinen Preis – uns ist es das wert.



Quelle: https://www.bmel.de

UNSERE LIEFERANT*INNEN – PARTNER AUF AUGENHÖHE

POSITIV-EFFEKT
30 %
14 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

Beim Bezug von Rohstoffen und Waren setzen wir auf faire Geschäftsbeziehungen gegenüber unseren direkten Lieferant*innen und arbeiten wo möglich mit regional ansässigen Produzent*innen und Dienstleistern zusammen.

Die Mehrzahl unserer Lieferant*innen ist bio-zertifiziert und verpflichtet sich damit, in der eigenen Lieferkette Rohwaren in höchster Bio-Qualität zu beschaffen und einzusetzen.

Wir pflegen langjährige vertrauensvolle Partnerschaften mit unseren Lieferant*innen und legen großen Wert auf eine offene Kommunikation auf Augenhöhe. Es ist für uns selbstverständlich, jede Rechnung nach Eingang in der Buchhaltung innerhalb einer Woche zu bezahlen.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen: Wir bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt werden und keine Marktmacht bei unseren Lieferant*innen ausgenutzt wird.

WAS IST UNS WICHTIG!

Faire und großzügige Entlohnung, 13. Monatsgehalt und viele Urlaubstage.

phytodor

Den Kaffee und Tee, den wir für Mitarbeiter*innen und bei Veranstaltungen bereitstellen, ist mit dem Fair-trade- und Biosiegel ausgezeichnet.

WIR VERPFLICHTEN UNS:

- angemessene und faire Entlohnung
- Möglichkeit der beruflichen und sozialen Entwicklung aller Mitarbeiter

WAS IST UNS WICHTIG!

Soziales Engagement, faire Entlohnung und individuelle Arbeitszeiten. Gesetzliche Mindestlöhne werden eingehalten. Azubis erhalten einen unbefristenen Arbeitsvertrag nach ihrer Abschlussprüfung.

um HANSA MELASSE

pohli

A3 ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Der Einsatz von gentechnisch veränderten Mikroorganismen und Rohstoffen ist in allen unseren Produkten ausgeschlossen. Um den CO_2-Ausstoss beim Transport der Rohwaren zu reduzieren, beziehen wir, wo möglich, Produkte aus der lokalen Umgebung.

Der Großteil unserer Produkte zur Bodenverbesserung, Pflanzenstärkung und Fütterungsoptimierung ist in der FiBL-Betriebsmittelliste für den ökologischen Landbau in Deutschland gelistet. Die eingesetzten Rohstoffe sind daher nach strengen ökologischen Kriterien ausgewählt mit der jeweiligen FiBL-Konformitätsbestätigung als Grundlage.

Knapp 70%
unserer eigens hergestellten Produkte sind für den ökologischen Landbau mit entsprechend zugelassenen Rohstoffen konzipiert.

UNSERE FIBL-GELISTETEN PRODUKTE

BODENVERBESSERUNG
EM-aktiv | Karbosave – Aktivierte Pflanzenkohle
RoPro-Lit Gesteinsmehl / Bio-Lit

PFLANZENSTÄRKUNG
RoPro 13/20 | RoPro Startfit | Scharfes Blond

FÜTTERUNGSOPTIMIERUNG
CFKE – Chiemgauer Fermentierter Kräuterextrakt

GÜTEZEICHEN BIOLOGISCH GÄRTNERN: EM-blond

EG-ÖKO BESCHEINIGUNG
Die Produkte Pegasus – Ergänzungsfuttermittel für Pferde und Probien – Fermentprodukt für Bienen und unsere als Lebensmittel zugelassenen Produkte Multi Impuls und Red Redox sind nach dem EG-ÖKO-Standard durch die Kontrollstelle ABCert GmbH geprüft und bio-zertifiziert.

Bei der Zuckerrohrmelasse als Handelsprodukt bieten wir sowohl konventionelle als auch biologisch angebaute Melasse an. Der Anteil der verkauften Bio-Zuckerrohrmelasse beträgt 14 %.

ÖKOLOGISCHE VERPFLEGUNG

Das Catering für Veranstaltungen in der Chiemgau-Akademie wird von Hans Blösl – einem in Prien am Chiemsee ansässigen Familienunternehmen bereitgestellt. Ausgesuchte regionale und ökologische Produkte, beste Qualität und saisonale Vielfalt stehen hier in Vordergrund.

Wöchentlich erhalten wir Bio-Naturkost von der Gemüse-Fee Gudrun Bonn. Auch hier sind regionale Bio-Produkte die erste Wahl.

Regionale Bio-Milch erhalten wir wöchentlich in umweltschonenden Mehrwegflaschen direkt vom Bioland-Betrieb Wendlerhof in Stephanskirchen/Baierbach geliefert.

POSITIV-EFFEKT
80 %
73 von 91 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

WAS IST UNS WICHTIG!

Wir verwenden in der Produktion keine Kunststoffbehältnisse und wenn möglich arbeiten wir nur mit Lieferanten aus der Schweiz zusammen, um unnötige Transporte zu vermeiden.

phytodor

UNSERE BESTREBUNGEN:

- Umweltverschmutzung vermeiden
- kontinuierliche Verbesserung und Innovationen im Bereich des Umweltmanagements

um HANSA MELASSE

A3 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette - Wir bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

Wir beziehen unseren Strom ausschließlich aus regenerativen Quellen von den Stadtwerken Schwäbisch Hall.

WAS IST UNS WICHTIG!

Durch den Einsatz energiesparender Leuchtmittel (z.B. LED), Zeitschaltuhren, Bewegungsmelder, Anweisungen zum Gebrauch energieverbrauchender Betriebsmittel sowie durch große Investitionen in die Gebäudedämmung können wir den Energiebedarf kontinuierlich senken.

Soweit es möglich ist, versuchen wir Lieferanten mit den folgenden Zertifizierungen zu bevorzugen: ISO 14001 Hygienemanagement DIN 15 395 und Energiemanagement DIN 50001

Der Anteil der eingekauften **Produkte**, die ökologisch höherwertige Alternativen sind, beträgt **70 %**.

pohli

A4 TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE

POSITIV-EFFEKT
30 %
7 von 23 Punkten

Bei der Auswahl von Lieferanten spielt für uns insbesondere die Biozertifizierung und bei Futtermitteln die Zertifizierung nach dem QS-Standard eine zentrale Rolle.

Darüber hinaus bewerten wir unsere Zuliefer*innen im Futtermittelbereich nach den folgenden „klassischen“ Kriterien:

- Liefer- und Produktqualität (Qualität der Waren gemäß den Spezifikationen)
- Kommunikation (Qualität der Beratung, Verhalten bei Reklamationen, Erreichbarkeit)
- Termin-, Liefermengen- und Preistreue

Verhandlungen zu Preis- und Lieferbedingen mit unseren „Stamm-Lieferanten*innen“ finden größtenteils für einen längeren Zeitraum in Telefonaten und Absprachen zwischen Geschäftsleitung und den jeweiligen Lieferanten*innen statt. Bei kurzfristigen Lieferanfragen erfragen wir die Preise per Telefon oder Email und berücksichtigen die jeweiligen Forderungen der Lieferant*innen in den Verhandlungen.

Bislang wurde noch kein separates Label für Transparenz und Mitentscheidung als Kriterium beim Einkauf von Rohwaren erfasst. Im Rahmen der GWÖ-Befragung wurde bei sechs Lieferant*innen der transparente und partizipative Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert.

WAS IST UNS WICHTIG!

- Versammlungsrecht für das Recht auf Kollektivverhandlungen für alle Mitarbeiter auch bei den eigenen Zulieferer
- keine Geschenke anzunehmen oder zu machen, die zu einem Interessenkonflikt führen könnten. Keine Bestechungsgelder oder andere gesetzeswidrige Zahlungen.

pohli

WIR KENNEN AN:

- unternehmerische und soziale Verantwortung für interne und externe Partner
- Zusammenarbeit mit Betriebsrat und Gewerkschaften
- Einbinden von Mitarbeitern in Entscheidungsprozessen

um HANSA MELASSE

phytodor

WAS IST UNS WICHTIG!

Mitarbeiter*innen werden bei wichtigen Entscheidungen kontaktiert und/oder im Plenum befragt.

B EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN

Als Mittel des Zahlungsverkehrs ist Geld für uns nicht der Hauptzweck des Wirtschaftens, aber ein wichtiges Element, um unsere Produkte qualitativ hochwertig herstellen zu können, faire Mitarbeiter*innen-Löhne zu zahlen und Lieferant*innenforderungen gerecht zu werden.

INVESTITION IN DIE ZUKUNFT

Als neuer Firmenstandort wurde 2015 eine leerstehende Lagerhalle gepachtet und gemäß unseren Vorstellungen und Anforderungen umgebaut.

NEUE ARBEITSTÄTTE

In den Räumlichkeiten entstanden so helle, freundliche und energieeffiziente Büroräume sowie eine professionell ausgestattete Produktions- und Lagerstätte.

KAPITALSTRUKTUR 2017

Eigenkapital 39 %

Fremdkapitalanteil 61 %

30 %* Ø Eigenkapitalanteil der Branche
*Quelle: statista.com

100 % Deutsche Bank Kempten Fremdfinanzierung in EUR
1.153.332,- €

EIGENKAPITAL

Um das Unternehmen vor unerwünschten externen Einflüssen und Abhängigkeiten zu schützen, strebt unser Geschäftsführer, Hr. Christoph Fischer, eine hohe Ausstattung mit Eigenmitteln an.

B1 ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

POSITIV-EFFEKT
30 %
7 von 23 Punkten

UNSERE FINANZPARTNER*INNEN

Die Finanzpartner*innen unseres Unternehmens sind die Volksbank Raiffeisenbank Rosenheim-Chiemsee eG als unsere Hausbank zur Abwicklung des gesamten Geschäftsverkehrs, die Deutsche Bank Kempten als Kreditgeberin sowie das „Chiemgauer Regiogeld“, welches zu 100 % im Eigentum des gemeinnützigen Chiemgauer e. V. steht.

Um gesellschaftliche Vorhaben zu fördern, die im Interesse der Region und ihrer Bürger*innen liegen, hat die Volksbank Raiffeisenbank Rosenheim-Chiemsee eG die folgenden drei rechtlich selbstständige Stiftungen ins Leben gerufen.

1. Bürgerstiftung Rosenheimer Land

2. VR Bank Rosenheim-Chiemsee Stiftung

3. Volksbank-Raiffeisenbank Chiemsee Stiftung

Sowohl Vereine und Gemeinden als auch Einzelschicksale werden durch die Zuwendungen dieser Gemeinschaftseinrichtungen von Bürger*Innen für Bürger*Innen unterstützt und gefördert.

Als Akzeptanzstelle für das regionale Zahlungsmittel „Chiemgauer“ unterstützen wir finanziell und organisatorisch das regionale Wirtschafts-Netzwerk durch unsere monatlichen Tarifzahlungen und einen jährlichen Umlauf-Impuls von derzeit 6% pro Jahr. Beim Rücktausch von Chiemgauer in Euro fallen für uns 5% Regionalbeitrag an, wovon wiederum 3 % in ein regionales gemeinnütziges Förderprojekt fließen.

SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN B2

POSITIV-EFFEKT
90 %
41 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

Eine soziale Haltung im Umgang mit Geldmittel bedeutet für uns die Zahlung von fairen Preisen und Löhnen an unsere Lieferant*innen und Mitarbeiter*innen sowie eine Investition von Mittelüberschüssen in das Unternehmen.

ZUKUNFTSAUSGABEN 2017

In 2017 wurden die folgenden Gerätschaften als notwendige Zukunftsausgaben für den Produktionsbereich angeschafft:

- Eine Digitalwaage mit Rezeptur-Software zur exakten Zugabe der Komponenten laut Rezeptur.
- Eine semi-automatische Abfüllmaschine zur rückenschonenden und schnelleren Abfüllung der Bag-in-Box Gebinde.
- Ein Vormischtank, der teils anstrengende Handarbeit wegfallen lässt.

UMGANG MIT GELDMITTELN

276.000 €	Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit in Tsd. EUR
200.000 €	Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn) in Tsd. EUR
144.536 €	Anlagenzugänge in Tsd. EUR
76.000 €	Gesamtbedarf Zukunftsausgaben
—	Auszuschüttende Kapitalerträge in Tsd. EUR

B2 Negativaspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln: Wir bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

B3 SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG

POSITIV-EFFEKT
70 %
48 von 68 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

NEUINVESTITIONEN

Bei Neuinvestitionen ist es unser Ziel, ökologisch effiziente und langlebige Maschinen, Anlagen und Ausstattungen zu beziehen. Unser Hauptstandort wurde erst 2016 neu bezogen und nach sozial-ökologischen Kriterien kernsaniert. Bei der Auswahl der Baustoffe achten wir stark auf die natürlich Herkunft und Recycelbarkeit.

SOZIALE UNTERSTÜTZUNG

Die folgenden sozial-ökologischen Projekte werden durch die Christoph Fischer GmbH • EM-Chiemgau finanziell bzw. organisatorisch unterstützt (siehe Kasten rechts):

UNTERSTÜTZTE PROJEKTE

- Chiemgauer Regionalwährung „Regio-Geld"
- Rechenzentrum Regios
- ecovital
- Save our Seeds
- Zivilcourage Rosenheim
- Landesbund für Vogelschutz in Bayern e.V.
- Ärzte ohne Grenzen e.V.
- Gen-ethisches Netzwerk e.V.

3.000 €
Gesamtvolumen

ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN IN DIE NEUE PRODUKTION 2017

Anlage: Wärmerückgewinnung aus der Hallenheizung
100 % Realisierung mit einer Investition von ca. 25.000 €

ZIELE

Als geplante ökologische Investition für die Zukunft wird für die Produktion nach der Fermentation eine zusätzliche Wärmerückgewinnung installiert um die zurückgewonnene Wärme für die Fermentation der nächsten Charge erneut verwenden zu können.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen - Wir bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird.

EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG B4

POSITIV-EFFEKT
0 %
0 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

B4 Negativaspekt: Feindliche Übernahme: Wir bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

EIGENTUM

Die Christoph Fischer GmbH • EM-Chiemgau liegt im Eigentum von Herrn Christoph Fischer, dem Geschäftsführer. Als alleiniger Gesellschafter der GmbH übernimmt Herr Fischer alle Rechte und Pflichten, die zum einen aus dem GmbH-Gesetz sowie weiteren gesetzlichen Regelungen hervorgehen und zum anderen in der Satzung des Unternehmens geregelt sind.

Als Familienbetrieb werden wichtige Entscheidungen und Visionen über die Weiterentwicklung des Unternehmens immer innerhalb der Familie abgesprochen und abgestimmt.

Das Eigenkapital der Christoph Fischer GmbH • EM-Chiemgau verteilt sich zu 100% auf den Unternehmer Herrn Christoph Fischer.
Aus heutiger Sicht soll die Kapitalstruktur so bleiben.

STOLZER FAMILIENBETRIEB

Familie Fischer arbeitet auch im Unternehmen effektiv und gerne zusammen.

EFFEKTIV MITEINANDER

C MITARBEITENDE

POSITIV-EFFEKT
80 %
55 von 68 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

C1 MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

UNSERE UNTERNEHMENSKULTUR

Die Mitarbeiterzahl im Unternehmen ist über die letzten Jahre stetig gewachsen. Im Frühjahr 2017 arbeiteten ca. 30 Mitarbeiter*innen am Standort Stephanskirchen Högering und am zweiten Standort in der Eifel (Kohlelager) – je nach Wunsch in Vollzeit, Teilzeit, als freie Mitarbeiter*in oder auf 450,- Euro-Basis.

Mehrere Mitarbeiter*innen sind seit den Firmenanfängen vor über 20 Jahren im Unternehmen beschäftigt. Seitens der Geschäftsführung wird eine wertschätzende und offene Kommunikation gegenüber den Mitarbeiter*innen gelebt.

Je nach den persönlichen Stärken der Mitarbeiter*innen werden individuelle Handlungsspielräume und Verantwortungsbereiche geschaffen. Beide Kinder der Familie Fischer sind als nachkommende Generation im Unternehmen tätig.

ca. 30 Mitarbeiter*innen (18 | 15)

Ø 3,7 Jahre
Betriebszugehörigkeit

Ethnie
Deutsch: 31
Rümanisch: 1
Afghanisch: 1

C1 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen: Wir bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

ALLE ABTEILUNGEN UNTER EINEM DACH

Um die Zusammenarbeit zu erleichtern, wurden 2016 die vorhandenen sechs verschiedenen Standorte zusammengeführt und die neuen Räumlichkeiten am Standort Stephanskirchen / Högering in Betrieb genommen. Moderne Produktionsanlagen sowie neu installierte Geräte wie (halb-)automatische Abfüll- und Etikettiermaschinen und ein moderner Vormischbehälter erleichtern die Arbeit der Mitarbeiter in der Produktion. Die Lagerräume inkl. Packstation sind hell, geräumig und gut sortiert, um lange Wegstrecken zu vermeiden. Als Hilfsmittel für Bestellungen steht im Lager ein PC zur Verfügung. Vorgaben, wie schnell die Sendungen verpackt werden müssen, gibt es nicht.

Das Büro mit etwa 11 Mitarbeiter*innen ist als Gemeinschaftsbüro ausgelegt und bietet einen Treffpunkt, um aktuelle Themen unkompliziert zu besprechen. Auch der Geschäftsführer Hr. Fischer hat hier seinen Arbeitsplatz und ist dadurch für die Anliegen der Mitarbeitenden gut erreichbar.

GEMEINSAM

Wöchentliche gemeinsame Mittagessen mit Vollwertkost aus biologischer Erzeugung sowie Team-Events wie ein Bowling-Abend oder Theaterbesuch und gemeinsame Abendessen stärken das Miteinander im Unternehmen.

Die jährliche Weihnachtsfeier mit Sektempfang, biologischem Catering und Tombola ist für alle Mitarbeiter*innen eine schöne Gelegenheit, zusammen das Jahr Revue passieren zu lassen und neue Pläne für die Zukunft zu schmieden.

* Krankenquote = prozentualer Anteil der kranken Mitarbeiter Krankheitstage (Jahr) / Arbeitstage Ø 220 - aller MA (Jahr)

KENNZAHLEN 2017:

Austritte: 6 | Eintritte: 7

Ø Krankheitsquote*: 0,07 %
1,6 Tage/Monat

Durchschnittliche Karenzdauer von Müttern/ Vätern in Monaten: 12 Monate

Anzahl der Betriebsunfälle: 0

Demografische Verteilung:
unter 30 Jahre: 8
30 bis < 50 Jahre: 13
50 bis < 60 Jahre: 12

Ein Mitarbeiter mit einer körperlichen Einschränkung im Betrieb.

Sexuelle Orientierung der Mitarbeitenden: Nicht bekannt und nicht relevant.

C1 MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

STELLUNGNAHME UNSERER MITARBEITER*INNEN

Unsere Mitarbeiter*innen wurden per Fragebogen zu den Werten und Themenbereichen der GWÖ-Matrix befragt (Fragebogen siehe Anhang). Alle Antworten wurden anonym ausgewertet und im vorliegenden Bericht eingearbeitet. Die Beantwortung der Fragen war freiwillig. Es wurden acht ausgefüllte Fragebögen abgegeben und ausgewertet.

ARBEITSKLIMA & FÜHRUNGSSTIL

Das Arbeitsklima und der Umgang im Unternehmen wurden von **87% der Befragten** als sehr offen, freundschaftlich und positiv bewertet.

Dabei wurden u.a. der gute Führungsstil der Geschäftsleitung (mit viel „Augenkontakt“), das Miteinander im Team und die hohe Eigenverantwortung und Entfaltungsmöglichkeiten bei der Arbeit betont.

VERBESSERUNG

25 % der Befragten finden, dass es beim Umgang mit Konflikten noch Raum für Verbesserungen gibt, z.B. indem diese, wenn nötig, direkter angesprochen werden.

Mitarbeitende

POSITIV-EFFEKT
60 %
41 von 68 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE C2

ARBEITSVERTRÄGE

Die Arbeitsverträge werden in unserem Unternehmen individuell mit den Mitarbeitenden besprochen und ausgestaltet. Es wird dabei stark auf die zeitliche Verfügbarkeit der Mitarbeiter*innen unter Berücksichtigung der familiären Situation und individuellen Lebensentwürfe geachtet.

FLEXIBLE ARBEITSZEITEN

2017 arbeitete etwa die Hälfte der Belegschaft in Teilzeit – je nach Wunsch von 18,5 Stunden bis 30 Stunden pro Woche. Flexible Arbeitsverträge auf 450,- Euro-Basis sind auch nach Absprache wählbar. Wir geben zudem Eltern in Elternzeit die Möglichkeit, mit einer geringen Stundenzahl von Zuhause aus zu arbeiten und so weiterhin am Betriebsgeschehen teilzunehmen.

Anpassungen der Arbeitszeit sind auch individuell möglich: so konnte eine Mutter mit zwei Kindern aufgrund des schwankenden Betreuungsangebots ihre Stunden kurzfristig (innerhalb von 6 Monaten) von Teilzeit auf Vollzeit und wieder auf Teilzeit anpassen.

Die Öffnungszeiten unseres Ladens und die Sprechzeiten unseres Büros dienen als Richtwert für die Kernarbeitszeiten. Je nach Aufgaben und Arbeitsbereich ist eine individuelle Zeiteinteilung aber möglich. Die Arbeitszeiterfassung erfolgt über ein digitales Zeiterfassungssystem. Im Jahr 2017 wurden im Schnitt 33,5 Überstunden pro Mitarbeiter*in geleistet, die in Freizeit ausgeglichen werden. Die unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit für Vollzeitarbeitende beträgt 40 Stunden.

Um dem weiteren Wachstum gerecht zu werden und Überstunden zu verringern, werden 2018 zwei Mitarbeiter*innen in Vollzeit eingestellt.

ca. 50 %
der Beschäftigten arbeiten in Teilzeit

Überstunden
werden in Freizeit ausgeglichen

C2 Negativaspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge: Wir bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

C2 AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

FAIRE ENTLOHNUNG

Wir pflegen in unserem Betrieb ein sehr solidarisches Lohnniveau. Das Durchschnittseinkommen lag 2017 bei 16,26 EUR (brutto) pro Stunde. Hinzu kommen Sonderzahlungen für Urlaubs- und Weihnachtsgeld zu je 50 % des monatlichen Bruttoverdiensts. Alle festangestellten Mitarbeiter*innen in Teilzeit oder Vollzeit und 450,- EUR-Kräfte haben zudem die Möglichkeit, eine vom Arbeitgeber bezuschusste Betriebsrente abzuschließen und so einen wichtigen Baustein zur Altersvorsorge zu setzen.

Hochgerechnet liegt der durchschnittliche monatliche Brutto-Arbeitslohn für Vollzeitarbeitende bei 2.601,60 €. Sogar mit einem Spitzensteuersatz von 45% sind das 1.430,88 netto pro Monat.

Die mit 1.340 € netto angegebenen Living Wages werden somit erreicht bzw. übertroffen. Die innerbetriebliche Spreizung zwischen dem Höchst- und Mindestverdienst beträgt 1:2,26. Unsere Arbeitsverträge sind nicht befristet. Es gibt keine Zeitarbeitenden.

MITARBEITER*INNEN-RABATTE

Alle Mitarbeitenden im Betrieb können unsere Produkte zu vergünstigten Mitarbeiterpreisen beziehen.

Die eigene Arbeitssituation bewerteten 100 % der befragten Mitarbeitenden als fair und transparent.

Vor allem die Möglichkeit, die eigenen Arbeitsstunden flexibel einteilen zu können sowie die Mitarbeiter*innen-Rabatte beim Kauf von EM-Produkten wurden als positiv hervorgehoben. Der Verdienst wurde größtenteils als angemessen, in 16 % der Befragungen als steigerungsfähig beurteilt.

Mitarbeitende

ca. 90 %

der zur freien Verfügung gestellten Verpflegung ist aus ökologischer Herkunft.

davon ca. 40 % (geschätzt) vegetarisch

POSITIV-EFFEKT
60 %
41 von 68 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN C3

ÖKOLOGISCHES BEWUSSTSEIN

Als Unternehmen, das Produkte für eine nachhaltige Lebensweise herstellt und verkauft, pflegen wir auch im Betrieb eine Kultur, die es den Mitarbeitenden ermöglicht, das eigene ökologische Bewusstsein zu stärken. Bereits bei der Personalauswahl werden dementsprechend Kriterien in Bezug auf das ökologische Verhalten berücksichtigt.

ÖKOLOGISCHE WEITERBILDUNG

Regelmäßig werden interne Schulungs- und Weiterbildungen zu einer nachhaltigen und ökologischen Lebensweise in Verbindung mit EM angeboten. Diese werden von fast allen Mitarbeitern gerne angenommen, so dass ein Nutzungsgrad von etwa 80% der Mitarbeitenden erreicht wird.

Wir bieten unseren Mitarbeitenden zudem alle Produkte im Sortiment zu einem vergünstigten Preis an.

Ökologische Projekte werden kontinuierlich im Unternehmen umgesetzt, wie etwa die Verwertung aller organischen Abfälle zu Bokashi sowie die strikte Mülltrennung, um unseren gesamten Restmüllanteil auf nur eine haushaltsübliche Mülltonne (Abholung alle zwei Wochen) zu verringern.

MOBILITÄT

Die Mehrzahl der Mitarbeiter*innen kommt aufgrund der weiteren Entfernung und der ländlichen Struktur des öffentlichen Nahverkehrs, mit dem Auto zur Arbeit. Einem Mitarbeiter steht hierbei bei ca. 40% der Arbeitstage ein PKW mit Elektromotor zur Verfügung. Eine Mitarbeiterin arbeitet ausschließlich im Home-Office. Etwa 25% der Befragten gaben an, auch regelmäßig mit dem Fahrrad in die Arbeit zu fahren. Bezogen auf die Häufigkeit und die Gesamtzahl der Mitarbeiter ist dies aber ein eher geringer Anteil.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens: Wir bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

VERPFLEGUNG

WIR FÖRDERN ÖKOLOGISCHE ERNÄHRUNG

KAFFEE & TEE

Fairtrade & ökologisch!
Für Mitarbeitende und Gäste.

OBST & GEMÜSE

direkt aus dem eigenen Schaugarten oder lokal vom Bio-Lieferdienst „Gemüsefee“.

MILCH

wird wöchentlich vom Bio-Bauernhof Wendlerhof aus der Region geliefert.

C4 INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

POSITIV-EFFEKT
70 %
48 von 68 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates:
Wir bestätigen, dass keine Verhinderung eines Betriebsrates vorliegt.

FLACHE HIERARCHIEN

Als Unternehmen mit flachen Hierarchien können alle Mitarbeitenden ihre Ideen und Anregungen unkompliziert und schnell bei Christoph (Geschäftsführer) oder Annerose (Öffentlichkeitsarbeit) wie auch bei Linda (Marketing) oder Vincenz (Produktion) Fischer einbringen. Dies betrifft Vorschläge für die täglichen Arbeitsabläufe, und auch in Bezug auf die zeitliche Stundeneinteilung und die Urlaubsplanung. Auch bei Einstellungen oder Entlassungen wird die Meinung der (künftigen) Teamkollegen erfragt.

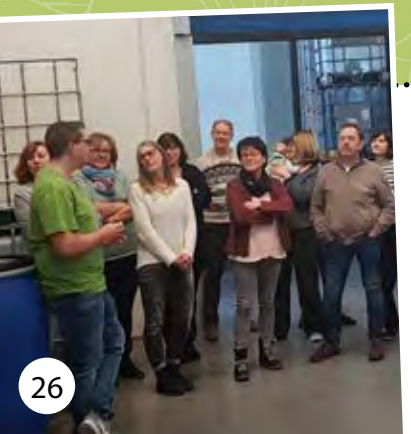
Die Leiter*innen der einzelnen Abteilungen tragen ihrerseits die Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern und sind für deren Anliegen wichtiger Ansprechpartner.

REGELMÄSSIGER AUSTAUSCH

Unser Berater- und Akademieteam trifft sich wöchentlich, um die Planungen und Personalaufteilung für die kommende Woche und anstehende Veranstaltungen gemeinsam durchzugehen.

Etwa alle 4 – 6 Wochen halten wir sog. „Blitz-Treffen“ mit allen anwesenden Mitarbeitenden ab. Hier wird die aktuelle Situation im Unternehmen bspw. in Bezug auf Produktionszahlen, organisatorische (z.B. neues CRM, neue Mitarbeiter) und gesetzliche Neuerungen (z.B. DSGVO) sowie kommende Veranstaltungen (z.B. Lehrfahrten oder Mitarbeiterevents) besprochen.

Die jährlichen Bilanzdaten der Firma werden im Bundesanzeiger (https://www.bundesanzeiger.de) veröffentlicht.



MITARBEITERVERSAMMLUNG

In der jährlich stattfindenden Mitarbeiterversammlung werden die aktuellen Umsatzzahlen und Entwicklungen (positiv wie negativ) im Unternehmen vorgestellt.

In Workshops werden aktuelle und grundlegende Themen und Anliegen der Abteilungen bearbeitet und diskutiert. Alle Mitarbeitenden haben hier auch die Möglichkeit, anonym Feedback und Wünsche zu äußern.

ENTSCHEIDUNGEN

Als Familienunternehmen werden grundsätzlich alle wichtigen Entscheidungen besprochen und wo möglich gemeinsam getroffen. In unserer Mitarbeiterbefragung wurden der Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten sowie die Mitbestimmungsmöglichkeiten im Unternehmen wie folgt eingeschätzt:

GRAD DER KOMMUNIKATION UND TRANSPARENZ

- innerhalb der Abteilung ca. 80 %
- abteilungsübergreifend ca. 60 %

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden **100 %**

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden **80 %**

Den Austausch sowie die Mitentscheidungsmöglichkeiten innerhalb der Abteilungen werden von den Befragten überwiegend als gut und transparent empfunden.

Abteilungsübergreifend sehen etwa 30 % der Befragten Verbesserungspotenzial bei der zügigen Weitergabe von sachlichen Informationen.

Dies könnte beispielsweise durch den verstärkten Einsatz von technischen Lösungen erreicht werden. Die gemeinsamen Mittagessen sowie die offene Küche als Treffpunkt bieten für viele Mitarbeitenden dennoch die Möglichkeit, sich auch abteilungsübergreifend zu treffen und auszutauschen.

Mitarbeitende

D KUND*INNEN UND MITUNTERNEHMEN

POSITIV-EFFEKT
80 %
36 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

D1 ETHISCHE KUND*INNENBEZIEHUNG

UNSERE KUND*INNEN

Die Kunden unseres Unternehmens sind sowohl Endkund*innen als auch die 340 Händler*innen, die unsere Produkte in ganz Deutschland vertreiben.

Unser Ziel ist es, optimal auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kund*innen einzugehen – dies reicht von der kundenorientierten Produktentwicklung, über die transparente Kommunikation auf Augenhöhe bis zur kompetenten fachlichen Beratung zur Erfüllung des wirklichen Kund*innennutzens.

Wir beschäftigen in unserem Unternehmen keine Außendienstmitarbeiter*innen für die spezielle Kund*innengewinnung mit internen Umsatzvorgaben von Seiten der Geschäftsführung. Unseren Verkaufsmitarbeitenden als Fach-Berater*innen zahlen wir einen fixen Lohn ohne umsatzabhängige Bestandteile.

„UNSER WISSEN IST EIN SCHATZ, DER SICH VERMEHRT, WENN WIR IHN MITEINANDER TEILEN“

Informationen zu unserem Betrieb und unseren Produkten können Interessierte jederzeit über unsere Homepage www.em-chiemgau.de beziehen.

Wertvolle Tipps zu den unterschiedlichen Anwendungsfeldern von EM stellen wir regelmäßig in unserem EM-Blog zur Verfügung und freuen uns sehr über die geposteten Erfahrungen und Anregungen unserer Kund*innen.

Persönlich erreichbar sind wir von Montag bis Freitag per Telefon oder vor Ort in unserem EM-Laden in Stephanskirchen.

KUND*INNEN- UND HÄNDLER*INNENBETREUUNG

Etwa **70 %** unseres Umsatzes erwirtschaften wir durch den **Direktvertrieb** unserer Produkte, **30 %** über den **Handel.** Kund*innen werden nach dem Kauf unserer Produkte bei der Anwendung begleitet und können bei Fragen jederzeit persönlich, per Email oder Telefon auf uns zukommen. Landwirte*innen, aber auch Hotels oder Kindertageseinrichtungen unterstützen und beraten wir gerne individuell vor Ort zum EM-Einsatz - je nach den vorhandenen Gegebenheiten.

NEWSLETTER

Unsere Stammkund*innen betreuen wir durch die regelmäßige Zusendung unseres Newsletters mit interessanten Hintergrundinformationen und den aktuellen Terminen. Monatliche Produktangebote sind ein Anreiz, verschiedene Produkte zum vergünstigten Preis auszuprobieren und kennenzulernen.

Durch ein zeitgemäßes Rabattsystem und die umfassende Mithilfe bei der Erstellung von Informationsunterlagen werden Händler*innen in ihrer Arbeit unterstützt und gefördert.

HÄNDLER*INNEN TREFFEN

Jährliche Händler*innentreffen bieten eine Plattform, um sich über Produkte und Neuigkeiten zu informieren und sich weiterzubilden. Auch das gegenseitige Kennenlernen unterstützt ein effektives Miteinander. In regelmäßigen Intervallen bieten wir zudem Lehrfahrten mit Vorträgen, Führungen und einem intensivem Erfahrungsaustausch zum Einsatz mit EM an.

ENTWICKLUNG

Bei der Produktentwicklung setzen wir auf ein verbraucherfreundliches Konzept mit zwei Grundprodukten für den EM-Einsatz in Haus und Garten – EM-aktiv und EM-blond. Mit diesen Produkten können Kund*innen kostengünstig mit EM arbeiten und viele Einsatzgebiete im täglichen Umgang mit EM abdecken.

EM-LADEN IN HÖGERING
Ein großzügiger EM-Laden lädt die Kunden zum Stöbern ein.

BERATUNG AM TELEFON
Kund*Innen können sich per Telefon über die Produkte informieren und Bestellungen aufgeben.

JÄHRLICHE HÄNDLERTREFFEN
Händler*Innen werden in ihrer Arbeit unterstützt , Informationen und Neuigkeiten werden ausgetauscht.

mindestens
1 x monatlich
E-Mail Newsletter
an Endkund*Innen
und Händler*Innen

D1 ETHISCHE KUND*INNENBEZIEHUNG

D1 Negativaspekt: Unethische Werbemaßnahmen: Wir bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden.

Das Motto „Unser Wissen ist ein Schatz, der sich vermehrt, wenn wir ihn miteinander teilen“ ist nach wie vor unser Leitsatz. Seit der Firmengründung informieren wir in Seminaren und Workshops zu aktuellen Themen rund um EM und bieten regelmäßig EM-Einsteiger-Seminare an. Hier werden die Grundlagen und unterschiedlichen Anwendungen von EM vorgestellt und praxisnah besprochen.

Zusätzlich gibt es die sog. EM-Kranzerl, bei denen Anwender*innen und Neulinge Erfahrungen zu unterschiedlichen Themen austauschen können und wertvolle Tipps von unseren Berater*innen erhalten. Die Teilnahme an den Einsteiger- und Kranzerl-Veranstaltungen ist kostenlos. Eine wichtige Plattform für den Wissenstransfer und den persönlichen Kontakt mit Kund*innen sind die alle zwei Jahre stattfindenden EM-Tage, die wir seit 2007 auf der Fraueninsel im Chiemsee und seit 2017 an unserem Standort in Stephanskirchen mit etwa 1.200 Besucher*innen organisieren (davor).

SEMINARE UND VORTRÄGE

Kostenlose EM-Informationsveranstaltungen für Kund*Innen und Händler*Innen.

BENACHTEILIGTE KUND*INNEN

Um unsere Produkte auch für benachteiligte Kund*innen zugänglich zu machen, bieten wir mehrere Informations- und Bezugskanäle an. Per Telefon können sehbehinderte Kund*innen eine ausführliche Beratung erhalten und Produkte jederzeit (auch über den Anrufbeantworter) bestellen. Unser Firmenstandort in Stephanskirchen ist barrierefrei zugänglich – ein automatischer Türöffner zum Laden sowie ein Lift zum Akademieraum im ersten Stock ermöglichen es gehbehinderten Personen, alle Räumlichkeiten gut zu erreichen.

BARRIEREFREIER ZUGANG

Alle Räumlichkeiten von EM-Chiemgau sind barrierefrei zu erreichen.

Es ist derzeit nicht möglich festzustellen, welcher Umsatzanteil in % des Produktportfolios von benachteiligten Kunden-Gruppen gekauft wird.

WERBEMASSNAHMEN UND -BUDGET

73.110 €

Ausgaben für Werbemaßnahmen im Jahr 2017 (ca. 2 % unseres Umsatzes)

Insgesamt wurden im Jahr 2017 73.110 € (ca. 2% unseres Umsatzes) für Werbemaßnahmen ausgegeben. Dieses Budget umfasst zu einem großen Teil die Kosten für den Druck unserer kostenlosen Praxis-Ratgeber mit hohem Informationsgehalt zu den Themen Garten, Landwirtschaft, Reinigung, Wellness, Haustiere, Gewässer, Keramik und Bokashi.

Auch die Kosten für unsere halbjährlich verschickte EM-Chiemgau Post mit aktuellen EM-Themen und Veranstaltungs-Tipps fallen in dieses Budget, sowie die Ausgaben für Dekomaterial für unseren Laden und die Chiemgau Akademie.

VERBESSERUNGSPOTENZIALE

Wir möchten gerne die Arbeit und das Engagement unserer Händler*innen stärker würdigen und werden ihnen ab 2018 sog. Affiliate-Links auf ihren Webseiten anbieten. Durch die im Link enthaltenen Codes werden Händler*innen eindeutig identifiziert und erhalten eine entsprechende Provision, wenn Kund*innen über deren Homepage kommend ein EM-Produkt in unserem Online-Shop kaufen.
Um die Bedürfnisse und Anliegen unserer Händler*innen persönlich mit ihnen zu besprechen, wird versucht, ab 2018 jeden Händler mindestens 1x pro Jahr anzurufen.

D2 KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen - Wir bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen verzichtet wird.

POSITIV-EFFEKT
60 %
27 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

EFFEKTIV MITEINANDER

In unserer Unternehmensphilosophie ist der Leitsatz „effektiv miteinander“ fest verankert.
Wir sehen, dass Kooperationen mit Mitunternehmen, Landwirt*innen, wissenschaftlichen Einrichtungen und Händler*innen vielfältige Chancen bieten.

Gemeinsame Investitionen in Wissen und Ressourcen können neue Kompetenzen, Marktzugänge und Marktchancen ermöglichen und die bestehenden Risiken dabei reduzieren. Durch partnerschaftliche Konstellationen können auch neue innovative Produkte und Geschäftsideen angestoßen und entwickelt werden. Die Basis jeder Kooperation ist für uns Transparenz über die gemeinsam verfolgten Ziele, Inhalte und Methoden der Zusammenarbeit.

In 2017 wurden ca. 70 Stunden zur Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen, sozialen und/ oder qualitativen Branchenstandards investiert.

Auch Abschlussarbeiten werden gerne auf Anfrage unentgeltlich fachlich sowie in der praktischen Umsetzung von Herrn Fischer und kompetenten Mitarbeiter*innen unterstützt, wie etwa 2016 zum Einsatz vom „Schwarzem Gold“ (organischer Volldünger mit aktivierter Pflanzenkohle) im Maisanbau.

ca. 70
Arbeitsstunden
Einsatz zur Erhöhung von Branchenstandards

HÄNDLER*INNEN-NETZWERK

Unsere Händler*innen unterstützen wir durch die kostenfreie Bereitstellung von Marketingmaterialien und EM-Praxisratgebern mit Platz für die Kontaktdaten der individuellen Händler*innen. Schulungen, Händlerbriefe und Vor-Ort-Beratungen ermöglichen es den Händler*innen, sich fachlich zum Thema EM weiterzubilden und unsere Firmen- und Produktentwicklungen aktuell mitverfolgen zu können. Regelmäßig hält unser Geschäftsführer Herr Fischer Vorträge bei Händler*innen, zu denen wir auch Interessenten aus unserem Kundenstamm der jeweiligen Region einladen.

KOOPERATION MIT MITUNTERNEHMEN

Die Zusammenarbeit und der Austausch mit Mitunternehmen haben sich seit der Firmengründung ständig weiterentwickelt. Langjährige Kooperationen pflegen wir u.a. mit der österreichischen Firma Multikraft, Phytodor aus der Schweiz sowie Keramik Vogt und Sabine Engelhardt, deren Produkte wir in unserem Sortiment anbieten. Für unser langjähriges Mitunternehmen „Der andere Weg“ haben wir in 2017 ihr Produkt Embiosa® (fermentierter Pflanzenauszug aus hochwirksamen Kräutern mit effektiven Mikroorganismen) zum Einsatz in der Landwirtschaft und im Gartenbau an unserem Standort produziert und abgefüllt.

Auch neue Partnerschaften wurden in 2017 mit Mitunternehmen geschlossen, bspw. mit der Naturkosmetikfirma „I´m Resource“ oder dem GOTS-zertifizierten Babybekleidungshersteller Ava Organic.

Seit 2017 gibt es zudem eine sehr erfolgreiche Kooperation mit den Bodenberatern Dipl. Ing. Dietmar Näser und Friedrich Wenz zur Entwicklung der neuen Produktgruppe „Regenerative Landwirtschaft“. Zusammen bringen wir unsere Berufserfahrung, unser Wissen und unsere Inspiration in dieses gemeinsame Projekt ein. Die regenerative Landwirtschaft vermehrt den Humusgehalt im Boden durch mikrobiellen Lebendverbau nach nur wenigen Anbaujahren. Für dieses neue Produkt „Bodenverjünger“ werden ausschließlich native Mikroorganismen verwendet.

Für unser Mitunternehmen Multikraft (gleiche Branche) hat eine Mitarbeiterin im Jahr 2016 die Anmeldung von speziell für die Kläranlage konzipierte Produkte übernommen, um das Unternehmen kurzfristig zu unterstützen.

Auf den zweijährig stattfindenden EM-Tagen bieten wir allen interessierten Mitunternehmen eine Plattform, um sich und ihre Produkte und Dienstleistungen auf der Basis von EM und angrenzenden Bereichen vorzustellen.

CA. 25 STD
Investierter Zeit-/Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation mit Mitunternehmen erstellt werden

1 Anzahl der Arbeitskräfte, die an Mitunternehmen (gleiche Branche) weitergegeben wurden, um die Unternehmen kurzfristig zu unterstützen

0 Anzahl der Aufträge, die an Mitunternehmen (gleicher Branche) weitergegeben wurden, um die Unternehmen kurzfristig zu unterstützen

0 Summe von Finanzmitteln, die an Mitunternehmen weitergegeben wurden, um die Unternehmen kurzfristig zu unterstützen

EM-KOSTBARKEITEN

Unter dem Siegel „EM-Kostbarkeiten“ haben sich regionale Landwirte*innen und EM-Chiemgau zusammengeschlossen, um Verbraucher*innen eine besondere Qualität zu gewährleisten. Das Siegel soll es Verbraucher*innen erleichtern, diese Produkte (z.B. Honig oder Leindotteröl) zu finden und bringt den Landwirte*innen eine höhere Wertschöpfung. EM-Kostbarkeiten werden auch teils über unseren Online-Shop verkauft oder bekannt gemacht. Im Gegenzug verkaufen die Landwirte*innen EM-Produkte in ihren Hofläden oder über ihre Lieferdienste.

Neben Nudeln und Honig, gibt es weitere Produkte wie Kartoffeln, Eier, Käse, Milch, Fleisch von antibiotikafrei gehaltenen Hühnern und Getreide, die in EM-Betrieben produziert werden.

KOOPERATION MIT HOFLÄDEN

Gegenseitige Unterstützung im Handel

SIEGEL „EM-KOSTBARKEITEN“

Bei diesen Lebensmitteln findet man das Kostbarkeiten-Siegel auf dem Etikett

DAS ROSENHEIMER PROJEKT

Entwickelt wurde das „Rosenheimer Projekt“ von Christoph Fischer zusammen mit konventionell und biologisch arbeitenden Landwirt*innen aus der Region. Diese treffen sich seit mehr als 15 Jahren regelmäßig, um ihre Erfahrungen zum Einsatz von EM auszutauschen. Als Ergebnis der Bemühungen kann zum heutigen Zeitpunkt eine deutliche Verbesserung der ökologischen und ökonomischen Gesamtsituation der landwirtschaftlichen Betriebe vermerkt werden. Die Gemeinschaft vereint mittlerweile ca. 1.000 Landwirt*innen, die nach den Prinzipien des „Rosenheimer Projektes“ arbeiten.

DAS ROSENHEIMER PROJEKT

Gemeinschaft von ca. 1000 Landwirt*innen, die neue Wege in der Landwirtschaft beschreiten

INTERESSENSGEMEINSCHAFT „AGRAR IMPULSE“

Diese IG hat sich gebildet, um den aktuellen Entwicklungen im Rosenheimer Projekt zeitnah zu folgen und aktiv an der Umsetzung neuer Methoden teilzunehmen. In einem vierteljährlichen Newsletter unterrichten wir die IG’ler über Neuigkeiten und zukünftige Pläne. Alle Seminare und Veranstaltungen der Chiemgau Akademie sind für IG Mitglieder vergünstigt.

IG AGRAR IMPULS

Regelmäßige Treffen zum Austausch

POSITIV-EFFEKT
80 %
36 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

D3

Es gibt drei Säulen, die für die Zukunftsfähigkeit der Menschen eine maßgebliche Rolle spielen: Effizienz, Suffizienz und Konsistenz. Wir achten bei der Entwicklung, Herstellung, Anwendung und Entsorgung unserer Produkte auf:

1. **Konsistenz:** Unsere Produkte sind so konzipiert, dass sie sich möglichst weit in natürliche Kreisläufe einfügen
2. **Effizienz:** Unsere Produkte haben ein proportional gutes Verhältnis von Nutzen- bzw. Bedürfnisbefriedigung zu negativen ökologischen Auswirkungen
3. **Suffizienz:** Unsere Produkte erzielen bereits in geringer Konzentration die gewünschten Ergebnisse – gesamtwirtschaftlich gesehen reduziert ein maßvoller Konsum die ökologischen Auswirkungen

Umsatzanteil durch

a) Ladenverkauf

4 %

b) Versandhandel

96 %

Wenn man die geringe Retourenquote berücksichtigt gehen wir davon aus, dass die CO_2 Belastung durch den Versandhandel geringer ausfällt, als wenn Kund*innen bei uns direkt im Laden einkaufen.

Quelle: Studie von DCTI, 2015 www.dcti.de

REGENERATIVE LANDWIRTSCHAFT

Der Einsatz von EM-Produkten teils in Kombination mit natürlichen Hilfsmitteln wie Pflanzenkohle und Gesteinsmehl in der Landwirtschaft, im Garten sowie im Haushalt macht es möglich, die natürlichen Lebensgrundlagen (künftiger Generationen) zu erhalten und ökologische Kreisläufe zu schonen. Unsere Kulturlandschaften mit den darin lebenden Pflanzen, Tieren und Menschen werden dadurch gestärkt und so ein aktiver Beitrag zu deren Lebenserhaltung und zum Gemeinwohl geleistet.
Durch die Mitwirkung an Studien und praxisnahen Forschungsprojekten, insbesondere im Bereich der regenerativen Landwirtschaft, werden nachhaltige Lösungen für überregionale ökologische Probleme (wie Humusabbau, Bodenverdichtung, Eintrag von Nährstoffen ins Grundwasser und Verlust der Biodiversität) entwickelt und erprobt. Für unser Produkt „Bodenverjünger“ zur Regenerierung von Humus auf dem Acker verwenden wir Bio-Zuckerrohrmelasse. Hier möchten wir verstärkt mit konventionellen Landwirten einen Dialog über die Wirkung auf die eigene Arbeitsweise und ihre Produktqualität führen. Bei der Zuckerrohrmelasse als Handelsprodukt bieten wir sowohl konventionelle als auch biologisch angebaute Melasse an. Der Anteil der von uns verkauften Bio-Zuckerrohrmelasse als Handelsware beträgt 14 %.

PRODUKTUMVERPACKUNG

Seit einigen Jahren suchen wir bei der Verpackung nach Alternativen zu Kunststoff. So konnten wir mehrere Waren, wie etwa die Schafwolle und das Gesteinsmehl, in Papiertüten verpacken.

In punkto Kreislaufwirtschaft arbeitet unser Lieferant für 25-Liter-Kanister Wolf Plastics (Einkaufswert: 0,5% vom Gesamteinkaufsvolumen) mit einem internen Cradle-to-Cradle-Konzept (Ökoeffektivität). Aus wiederaufbereiteten Kunststoffgranulaten werden so hochqualitative Recycling-Produkte hergestellt, wobei bis zu 75 % des Materials aus Post-Verbraucher-Abfall bestehen kann.

Unsere Etiketten werden neben Kunststoff auch auf Papier gedruckt. Im Laden bieten wir ausschließlich Tragetaschen aus Stein oder Stoff an. Der Versand arbeitet bei nicht zerbrechlichen Sendungen mit Recycling-Packpapier als Füllmaterial für unsere Pakete. Ebenso verwenden wir Klebebänder aus Papier mit eingearbeiteten Seidenfäden.

Pfandsystem für 64-Liter-Fässer: Ca. 1.000 Fässer sind im Umlauf, die von uns wiederbefüllt werden. Darüber hinaus bereiten wir jährlich ca. 500 20-Liter-Kanister aus Rohstoff-Lieferungen auf, um die Behältnisse erneut verwenden zu können.

Die Sprühflaschen (0,5 und 1 Liter) aus Bio-Kunststoff (Green PE) als wichtiges Zubehör beim Einsatz von EM in unserem Sortiment werden auf der Basis von Zuckerrohr als Alternative zu petrochemischem Kunststoff hergestellt.

D3 Negativaspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen - Wir bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt

MIT MASS UND GENUSS

Unsere flüssigen EM-Produkte EM-aktiv, EM-blond und EM-Mikrorein sind als Konzentrate konzipiert und werden zur Anwendung in der Regel mit Wasser verdünnt. Bereits kleine Einsatzmengen genügen daher, um die erwünschten Wirkungen zu erzielen.

NACHFÜLLSTATION

Eine Nachfüllstation im EM-Laden am Standort bietet seit Ende 2017 Kunden die Möglichkeit, ihre leeren Flaschen oder 5- und 10-Liter Kanister mit den Produkten EM-aktiv, EM-blond oder EM-Mikrorein wiederzubefüllen.

NACHFÜLLEN BITTE!

Wiederbefüllen von Behälter im EM-Laden in Högering.

POSITIV-EFFEKT
70 %
32 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

KUND*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ

D4

Wir legen großen Wert auf die Erfahrungen unserer Kund*innen und Händler*innen zur Anwendung unserer Produkte in der Praxis. In Gesprächen am Telefon, im Laden oder auf Veranstaltungen (z.B. EM-Kranzerl und Landwirtschafts-Stammtische) nehmen wir Feedback, Wünsche und Verbesserungsvorschläge sehr gerne auf, um dann intern die Anliegen zu besprechen und auszuwerten. Auch im Blog auf unserer Webseite, per Facebook oder Email können Kund*innen jederzeit mit uns in Kontakt treten, Fragen stellen oder Impulse zur sozial-ökologischen Verbesserung unserer Produkte geben.

So wurde der oft geäußerte Kund*innenwunsch nach einer Wiederbefüllung von gekauften Gebinden Ende 2017 umgesetzt. Im EM-Laden in Högering können nun die Produkte EM-aktiv, EM-blond und EM-Mikrorein nach Belieben in die mitgebrachten 1-, 5- und 10-Liter Gebinde abgefüllt werden.

Da einige der Einzelkomponenten unserer Produkte auch als Handelsware angeboten werden (z.B. EM-Urlösung, Greengold, Kin-Mineral, Zuckerrohrmelasse) sind die Preisbestandteile für unsere Kund*innen in vielen Fällen transparent und nachvollziehbar.

Dem Wunsch mehrerer Landwirt*innen nach einem kostengünstigen EM-Produkt für den Acker kamen wir mit unserem „Bestseller“ Bodenverjünger nach. Mit der selbst hergestellten Starterlösung kann der Bodenverjünger in nur kurzer Zeit zu einem starken Humusaufbau auf ausgezehrten Flächen beitragen – und dies zu einem Preis, der den Einsatz im Ackerbau sehr rentabel macht.

Auch mit Gärtnereien arbeiten wir eng zusammen und entwickeln seit etwa 12 Jahren mit dem Gärtnermeister Rainer Steidle von der Gärtnerei Attl in Wasserburg Konzepte für den naturfreundlichen Gartenbau. Mit EM und Pflanzenhomöopathie anstatt mit Pflanzenschutzmitteln, Hemmstoffen und künstlichem Dünger. Die Qualität und Vitalität der so gezogenen Pflanzen kann sich sehen lassen.

AUSZEICHNUNG

Unser Top-5 Produkt EM-blond wurde auf Anregung der Bio-Brauerei Neumarkter Lammsbräu mit einer Nährlösung aus heimischer Bio-Gerste entwickelt. Für diese Innovation erhielt Hr. Christoph Fischer im Jahr 2005 in der Kategorie „Lieferanten“ den Nachhaltigkeitspreis, den die Neumarkter Lammsbräu seit 2002 stiftet.

Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

2 Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind

100 % Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen

70 % Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen

D4 Negativaspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen - Wir bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

NACHHALTIGKEITSPREIS

Christoph Fischer wurde von der Brauerei Neumarkter Lammsbräu ausgezeichnet.

E GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

POSITIV-EFFEKT
100 %
45 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

BREITE PRODUKTPALETTE ZUR ERFÜLLUNG DER MENSCHLICHEN GRUNDBEDÜRFNISSE

Die Geschäftsidee der Christoph Fischer GmbH • EM-Chiemgau zielte von Beginn an darauf ab, nachhaltige Lösungen in einem der ältesten und wichtigsten Wirtschaftsbereiche der Menschheit zu entwickeln – der Landwirtschaft.

Durch den Einsatz von EM-Produkten teils in Kombination mit natürlichen Hilfsmitteln wie Pflanzenkohle und Gesteinsmehl ist es möglich, die natürlichen Lebensgrundlagen (künftiger Generationen) zu erhalten, und ökologische und betriebliche Kreisläufe zu schließen.

Um die förderliche Wirkung von EM auf weitere menschliche Grundbedürfnisse wie Wohlbefinden und Gesundheit zu beziehen, kamen schnell neue EM-Produkte für den Garten, die Reinigung und die Körper- und Gesundheitspflege hinzu.
Mit Hilfe von EM stellt sich in all diesen Bereichen ein natürliches Gleichgewicht der nützlichen Mikroorganismen ein, durch das Fäulnis, Krankheit und andere degenerative Prozesse überwunden werden können. In unserem Sortiment bieten wir keine Luxusprodukte an, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen.

Stattdessen möchten wir, wo möglich einen Beitrag zur Umsetzung und Erreichung der globalen UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs) leisten – insbesondere in den Bereichen Schutz der natürlichen Ressourcen und Lebensgrundlagen, nachhaltige Produktions- und Konsumweisen sowie Gesundheit und Bildung.

E1 Negativaspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen-
Wir bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

Top 5 unserer Produkte
(nach % des Umsatzes)

Karbosave - Pflanzenkohle | CFKE | EM-aktiv | Multi Impuls | EM-blond

100 % -> Deckt Grundbedürfnisse und dient einem einfachen und guten Leben

100 % -> Dient der Entwicklung von Mensch/ Gemeinschaft/ Erde

100 % -> Mehrfachnutzen des Produkts

0 % -> Hemmender/ Pseudo-Nutzen Negativ-Nutzen des Produkts

POSITIV-EFFEKT
80 %
36 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

BEITRAG ZUM GEMEINWESEN E2

Ein Unternehmen kann auf unterschiedliche Weise einen Beitrag zum Gemeinwesen (bestehend aus staatlichen und zivilgesellschaftlichen Einrichtungen) leisten. Einerseits durch die gesetzlich vorgeschriebenen Steuern und Abgaben, andererseits durch freiwillige Leistungen und ehrenamtliches Engagement für die Gemeinschaft.

Öffentliche Förderungen wurden noch nie von der Christoph Fischer GmbH • EM-Chiemgau in Anspruch genommen.

Durch unsere Produkte möchten wir einen Beitrag leisten, in den unterschiedlichen Lebensbereichen nachhaltig und gesundheitsbewusst zu agieren. In der Landwirtschaft und im Gartenbau setzen wir uns dafür ein, dass stoffliche und energetische Kreisläufe geschlossen werden, um sowohl in der konventionellen als auch ökologischen Landwirtschaft ressourcenschonend und nachhaltig zu wirtschaften.
Da wir auch an öffentlichen Einrichtungen wie Schulen, Kindergärten und Altenheimen sowie Hotels unsere Reinigungs-Produkte einsetzen, übertragen sich diese Effekte über unseren direkten Kundenstamm hinaus.

Nettoabgabenquote und Umsatz

Unsere Nettoabgaben für Steuern lagen 2017 bei ca. € 202.021 oder 5,6 % in Bezug auf den Jahres-Umsatz in Höhe von € 3,6 Mio.

Betriebsaufwand | Nettoabgaben in Tsd. EUR

Ertragssteuern (Einkommensteuer, Körperschaftssteuer) - 52.000,- €

Gesetzl. soziale Abgaben (Lohnsteuer, SV-Beiträge etc.) - 140.595,- €

Grundsteuer - 2.682,- €

Gewerbesteuer - 6.744,- €

Subventionen/Förderungen - /

Gesamt Steuern, Abgaben 202.021,- €

E2 Negativaspekt: Mangelnde Korruptionsprävention -
Wir bestätigen, dass wir keine korruptionsfördernden Praktiken betreiben und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

REGIO-GELD

Als Akzeptanzstelle für das Regio-Geld „Chiemgauer“ möchten wir dazu beitragen, die Bildung regionaler Wirtschaftskreisläufe und eine stärkere Zusammenarbeit zwischen Vereinen und kleinen und mittleren Unternehmen in der Region zu fördern.

EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT

Unser Geschäftsführer Christoph Fischer engagiert sich seit über 10 Jahren ehrenamtlich in der Initiative „Zivilcourage Rosenheim – freie Bauern und Bürger AG gegen Agro-Gentechnik“. Zivilcourage Rosenheim wurde als Arbeitsgruppe von 40 Landwirten und Verbrauchern der Interessengemeinschaft (IG) Agrar Impulse im Januar 2006 von Christoph Fischer gegründet. Durch zahlreiche Vorträge in den interessierten Landkreisen, die Erstellung und Bereitstellung von Informationsmaterialien und Feldtafeln und die Finanzierung der Zivilcourage-Homepage wurde ein starkes Fundament für Zivilcourage gegen Gentechnik gelegt, das bis heute währt. Bis 2017 haben sich Interessierte mit über 32.000 Statements an der öffentlichen Diskussion zu „Zivilcourage“ beteiligt.

Seit dem Jahr 2000 engagiert sich Annerose Fischer in der Pfarrei Söchtenau und koordiniert während der Arbeitszeit die Erstellung und Gestaltung des 2x-jährlich erscheinenden Pfarrbriefes. Auch Linda Fischer unterstützt aus der Arbeit die Landjugend Söchtenau durch die Bereitstellung von Flyern, Plakaten und Infomaterialien.

BETEILIGUNGEN UND SPENDEN

Finanziell unterstützt die Christoph Fischer GmbH • EM-Chiemgau zudem über CrowdCoop Funding die ecovital Naturbaustoffe eG – eine Genossenschaft, die ressourcenschonende, kreislauffähige und gesunde Naturbaustoffe vertreibt.

In 2017 wurde darüber hinaus u.a. eine Spende an „Ärzte ohne Grenzen“ und an das Gen-ethische Netzwerk e.V überwiesen.

An den Landesbund für Vogelschutz (LBV) haben wir im Dezember 2017 eine Spende überwiesen und in unserer Weihnachtspost an Kund*innen und Händler*innen auf die wichtige Arbeit des LBV hingewiesen – mit einer Geschenkpackung Vogelfutter als kleines Dankeschön.

POSITIV-EFFEKT
60 %
27 von 45 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

E3

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen - Wir bestätigen, dass wir nicht gegen Umweltauflagen verstoßen bzw. die Umwelt nicht unangemessen belasten.

UMWELTWIRKUNGEN

In unserem Betrieb entstehen Umweltwirkungen, insbesondere in Bezug auf Emissionen, Verbrauchsgüter sowie den Gas-, Wasser- und Stromverbrauch durch die betrieblichen Herstellungs- und Arbeitsprozesse. Im Betrieb fallen außerdem v.a. Verpackungsmaterial (i.d.R. Folie) sowie Kartonagen / Papier als Abfälle an.

MÜLLTRENNUNG

Anfallender Müll wird getrennt und im Wertstoffhof entsorgt. Druckerpatronen und Batterien werden in ein Recyclingsystem zurückgeführt.

Gefährliche Abfälle, sowie Auswirkungen auf die Umwelt durch Lärm fallen nicht an.

ABFALLENTSORGUNG

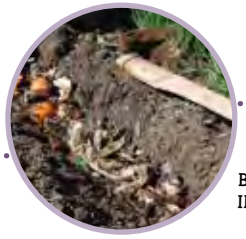
Die Abfallentsorgung erfolgt getrennt: 12 verschieden gekennzeichnete Recycling-Container sind an zentralen Stellen aufgestellt. Unsere Mitarbeiter*innen werden immer wieder auf die umfassende Mülltrennung hingewiesen, die sehr konsequent umgesetzt wird. Dadurch ist es möglich, dass der verbleibende Restmüll der gesamten Firma locker über eine kleine Tonne (120 L, wie für Haushalte üblich) entsorgt werden kann.

KÜCHEN-BOKASHI – EIN NATÜRLICHER KREISLAUF

Der gesamte organische Abfall im Betrieb wird zu Bokashi verarbeitet und als fermentierte Organik im Firmengarten eingebracht.

ORGANISCHER ABFÄLLE WERDEN GESAMMELT..

.. UND FERMENTIERT



BOKASHI WIRD ALS DÜNGER IM BEET VERGRABEN

REICHE ERNTE AUS DEM HOCHBEET

UNSER UMWELTKONTO

Unsere Umweltdaten veröffentlichen wir im Bericht zur Gemeinwohlökonomie in Form des aufgeführten Umweltkontos.

UMWELTKONTO	2017	CO_2-ÄQUIVALENT	/ € UMSATZ
Stromverbrauch in kWh	43.719 kWh Stadtwerke Rosenheim Stadtwerke Schwäbisch Hall	1.749 kg*	0,0005 kg
Gasverbrauch in kWh	128.730 kWh (INNergie)	28.321 kg**	0,008 kg
Verbrauch von Trinkwasser in m3	885 m3 Stadtwerke Rosenheim		0,25 L
Verbrauch von Regenwasser in m³	n.r.		
Chemikalienverbrauch in kg	n.r.		
Kopierpapierverbrauch in kg	7.000 kg Lieferant HuMa		0,002 kg
Einsatz sonstiger Verbrauchs-materialien (Kunststoffgebinde) in kg	8.357 kg Lieferant August Pohli GmbH & Co. KG		0,002 kg

Transporte (und dessen CO_2-Äquivalent) in km bzw. kg beziehen wir auf die Anlieferung unserer Rohwaren und zugekauften Produkte. Diese Daten werden derzeit erfasst und sobald vorhanden im GWÖ-Bericht veröffentlicht.

Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C kann nicht separat erfasst werden. Die meiste Energie benötigen wir bei der Fermentation der Mikroorganismen. Unsere Produktions- und Lagerhalle ist sehr gut isoliert. Im Winter 2017/18 haben wir in der Versandabteilung keine Heizenergie benötigt.

*http://www.co2-emissionen-vergleichen.de/Stromerzeugung/CO2-Vergleich-Stromerzeugung.html
** http://www.klimaneutral-handeln.de/php/kompens-berechnen.php#rechner

ZIELE:

In Zusammenarbeit mit Hr. Ehrnsperger (Neumarkter Lammsbräu) möchten wir ein Schema für Unternehmen zur CO_2-Kompensation vor Ort einführen. Nachdem ein Unternehmen intern seine Klima- und Energiebilanz optimiert hat (z.B. durch verbesserte Isolierung und Wärmerückgewinnung) kann dieses durch den Kauf von Humuszertifikaten den regionalen Humusaufbau auf Ackern und Feldern fördern.

TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG

E4

POSITIV-EFFEKT
50 %
11 von 23 Punkten
Negativaspekt: 0 Punkte

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation - Wir bestätigen, dass wir keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreiten.

INFORMATIONEN

Wichtige und kritische Informationen über Geschäftsdaten und –partner*innen sowie sozial-ökologische Kennzahlen werden für unsere gesellschaftlichen Berührungsgruppen in Form eines Gemeinwohlberichts erfasst – erstmals für den Berichtszeitraum 2017. Dieses Dokument ist für die Öffentlichkeit zugänglich und wird interessierten Personen auf Anfrage zugeschickt.

100 %
Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)

DIALOG MIT BÜRGER*INNEN

Bürger*innen, Anrainer*innen, Verbände oder andere gesellschaftliche Gruppen können persönlich, per Email oder Telefon mit uns in Kontakt treten. Vor größeren Veranstaltungen (z.B. EM-Tage 2017) gehen wir aktiv auf unsere umliegenden Nachbarn zu, um sie über die Eckdaten (Dauer, erwartete Besucherzahl etc.) zu informieren.

Auch die Straßenmarkierung auf unserem Betriebsgelände wurde gemeinsam mit der benachbarten Schule abgesprochen und umgesetzt, um so die Sicherheit der Schulkinder zu gewährleisten.

Uns ist es wichtig, innerhalb wie außerhalb unseres geschäftlichen Wirkungsbereiches ein gutes, offenes Miteinander zwischen allen Beteiligten zu leben.

NEGATIV-KRITERIEN

Alle in der Gemeinwohlökonomie Arbeitsbuch Kompaktbilanz Matrix 5.0 aufgeführten Negativkriterien wurden bewertet und intern besprochen. Soweit die Kriterien nicht auf unseren Betrieb zutreffen, wurden sie in der vorliegenden Gemeinwohlbilanz nicht berichtet.

AUSBLICK

Als Gemeinwohl-Unternehmen arbeiten wir daran, eine kontinuierliche Verbesserung unserer sozial-ökologischen Auswirkungen zu erreichen. Als Teil der wachsenden GWÖ-Bewegung möchten wir uns mit anderen GWÖ-Unternehmen vernetzen und eine Ökonomie fördern, die das Gemeinwohl als zentrales Ziel des Wirtschaftens sieht.

KURZFRISTIGE ZIELE (BIS 2019)

1. In der Produktion soll nach der Fermentation eine zusätzliche Wärmerückgewinnung installiert werden, um die zurückgewonnene Wärme für die Fermentation der nächsten Charge erneut verwenden zu können. (B3)
2. Um dem weiteren Wachstum gerecht zu werden, ist geplant in 2018 weitere Mitarbeiter*innen in Vollzeit einzustellen. (C2)
3. Wir möchten gerne die Arbeit und das Engagement unserer Händler*innen stärker würdigen und ihnen ab 2018 sog. Affiliate-Links auf ihren Webseiten anbieten. Durch die im Link enthaltenen Codes werden Händler*innen eindeutig identifiziert und erhalten eine entsprechende Provision, wenn Kund*innen über deren Homepage kommend ein EM-Produkt in unserem Online-Shop kaufen. (D1, D2)
4. Aufnahme unserer neuen Produkte „Starterferment für Bodenverjünger“ und „Bodenverjünger“ in die FiBL-Betriebsmittelliste für den ökologischen Landbau (D3)
5. Transporte (und dessen CO2-Äquivalent) in km bzw. kg beziehen wir auf die Anlieferung unserer Rohwaren und zugekauften Produkte. Diese Daten werden derzeit erfasst und sobald vorhanden im GWÖ-Bericht veröffentlicht. (E3)

LANGFRISTIGE ZIELE (BIS 2021)

1. In den kommenden Jahren werden wir die Themen Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit in unserer Zuliefererkette stärker thematisieren und weitere Lieferant*innen zu diesen Bereichen befragen. (A1, A2)
2. In Zusammenarbeit mit Hr. Ehrnsperger (Neumarkter Lammsbräu) erarbeiten wir derzeit ein Konzept für Unternehmen zur CO_2-Kompensation vor Ort. Nachdem ein Unternehmen intern seine Klima- und Energiebilanz optimiert hat (z.B. durch verbesserte Isolierung und Wärmerückgewinnung) kann dieses durch den Kauf von Humuszertifikaten den regionalen Humusaufbau auf Ackern und Feldern fördern. Humus ist ein wichtiger Faktor zur Kohlenstoffrückbindung in einem geschlossen Betriebskreislauf. Der Humusaufbau soll durch unabhängige, akkreditierte Kontrollstellen gemessen und zertifiziert werden.
   Wir werden diese neue regionale Möglichkeit nutzen, um künftig unseren Versand klimaneutral anbieten zu können. (E3)
3. Mehr Informationsmaterial über EM-Anwendungen, Produkte und praktische Tipps in Online-Medien verfügbar machen, z. B. Videos, Online-Magazine u.v.m.

ANSPRECHPARTNER IM UNTERNEHMEN FÜR DIE GWÖ

Hr. Christoph Fischer (Geschäftsführer)
Tel: 08036-30315 0 | E-Mail: christoph.fischer@em-chiemgau.de

Fr. Linda Fischer (Marketing)
Kontakt: Tel: 08036-3031538 | E-Mail: linda.fischer@em-chiemgau.de

EU KONFORMITÄT: OFFENLEGUNG VON NICHT-FINANZIELLEN INFORMATIONEN (EU COM 2013/207)

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemein-verständlich, öffentlich und auditiert ist.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Von Ende Januar bis Ende April 2018 nahmen wir an der Workshopreihe „Meine 1. Gemeinwohlbilanz“ teil (Leitung Isabella Klien/Assistenz Judith Zahn). Im regen Austausch mit Unternehmer*innen von sechs anderen Betrieben konnten wir viele Impulse für unser eigenes Unternehmen mitnehmen. Eine große Bereicherung waren die Hausführungen bei den teilnehmenden Betrieben.

Zeitaufwand: 5 Workshops à 4 Stunden (x 2 Personen) = 40 Stunden

Bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz waren die folgenden Personen beteiligt:

- Christoph Fischer (Geschäftsführer)
- Annerose Fischer (Öffentlichkeitsarbeit)
- Daniela Koska (Qualitätsmanagement)
- Linda Fischer (Marketing)
- Sabine Reiter (Marketing)

Es wurden etwa 80 Personen-Arbeitsstunden für die Erstellung vorliegenden GWÖ-Berichts aufgewendet.
Im Februar 2018 haben wir unsere Mitarbeiter*innen erstmals über das Vorhaben, uns als GWÖ-Unternehmen zertifizieren zu lassen, informiert und ihre Meinungen dazu eingeholt. In einem „Blitz-Mitarbeitertreffen“ im Mai 2018 sind wir nochmals im Rahmen der GWÖ-Mitarbeiter*innen-Befragung auf unsere Mitarbeitenden zugegangen und haben um ihre Mitwirkung gebeten.

Unser finaler GWÖ-Bericht liegt auf dem Server für alle Mitarbeitenden zugänglich bereit.

BETRIEBSBESICHTIGUNG

In der Produktionshalle von EM-Chiemgau weihte Christoph Fischer in die Geheimnisse der effektiven Mikroorganismen ein.

PEEREVALUIERUNGS-WORKSHOP

Köstliches, veganes Bioessen stärkte die Teilnehmenden am Peerevaluierungsworkshop, der Anfang Juli 2018 im Forsthaus Adlgass stattfand.

„Die **Gemeinwohl-Ökonomie** etabliert ein ethisches Wirtschaftsmodell.
Das Wohl von Mensch und Umwelt wird zum obersten Ziel des Wirtschaftens.“

GEMEINWOHL ÖKONOMIE
Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

www.ecogood.org

EM-CHIEMGAU

GEMEINWOHL BERICHT 2017

Klimaneutrales
Druckerzeugnis