



Gemeinwohl- Bericht

Früchte Jork GmbH

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1

Berichtszeitraum: 01.01.2023 bis 31.12.2023

Erstellungsdatum: 29.07.2024

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	5
Kurzpräsentation des Unternehmens	6
Produkte / Dienstleistungen.....	6
Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	7
Testat.....	8
A Lieferant*innen.....	9
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	9
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette.....	9
A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	13
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	14
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen	14
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette.....	15
A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	18
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	19
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	19
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	23
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	26
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen	26
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette.....	27
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen.....	28
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	28
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung.....	28
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	29
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen.....	30
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	34
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	34
B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln	36
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	37
B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen	37
B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen.....	39
B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	39
B4 Eigentum und Mitentscheidung	41
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	41

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme.....	42
C Mitarbeitende.....	43
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	43
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur.....	43
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz.....	46
C1.3 Diversität und Chancengleichheit.....	49
C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.....	52
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	54
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes.....	54
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit.....	56
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance.....	57
C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	59
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden.....	62
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit.....	62
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz.....	63
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse.....	65
C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens.....	67
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	68
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz.....	68
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte.....	70
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden.....	71
C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	72
D Kund*innen und Mitunternehmen.....	73
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen.....	73
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen.....	73
D1.2 Barrierefreiheit.....	76
D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen.....	77
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	78
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen.....	78
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen.....	81
D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	82
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.....	84
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz).....	84
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz).....	85

D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen	86
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	87
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung.....	87
D4.2 Produkttransparenz	89
D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	90
E Gesellschaftliches Umfeld	91
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	92
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben	92
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	94
E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	96
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	98
E2.1 Steuern und Sozialabgaben	98
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	99
E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung	102
E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention	103
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	105
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie	105
E3.2 Relative Auswirkungen	107
E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	108
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	110
E4.1 Transparenz	110
E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung	111
E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	112
Ausblick.....	114
Kurzfristige Ziele	114
Langfristige Ziele	114
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)	114
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	114
Anhang.....	116
1. Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner	116
2. Liste der Anlagen und Referenzen.....	117

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Früchte Jork GmbH
Rechtsform:	GmbH
Eigentum- und Rechtsforms:	GmbH
Website:	
Branche:	G - Groß- und Einzelhandel sowie Werkstätten für Kraftfahrzeuge (Anmerkung: Groß- und Einzelhandel nicht auf KFZ beschränkt)
Firmensitz:	Deutschland
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	256 Personen Insgesamt im Konzern: 50 bei FJ 198 AL Logistik 8 bei Jork Beteiligungs KG (GF & Personalbüro)
Vollzeitäquivalente:	50 FTE Zahl bezogen auf FJ Konzern Cetra zusätzlich: 193 in AL Logistik
Saison- oder Zeitarbeitende:	0 Personen Im Jahr 2023 gab es keine Saison- oder Zeitarbeitende.
Umsatz:	101.000.000 €
Jahresüberschuss:	8.600.000 € Früchte Jork (FJ) ist Teil des Certa Konzerns, dem Verwaltungs-, sowie das Logistikunternehmen untergeordnet sind. Es existiert ein Gewinnabführungsvertrag. Da FJ den überwiegenden Anteil der Erträge des Konzerns erwirtschaftet, werden die Gewinne hier - anders als in der offiziell veröffentlichten Bilanz - FJ zugeordnet. Der Jahresabschluss 2023 ist noch nicht endgültig fertiggestellt. Zahlen können daher leicht variieren.

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige Geschäftsjahr 2023.)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:

Berichtszeitraum: 01.01.2023 bis 31.12.2023

Kurzpräsentation des Unternehmens

Früchte Jork ist einer der führenden Lebensmittelgroßhändler in der Region Allgäu-Oberschwaben. Seit ihrer Gründung durch die aus Schlesien vertriebene Familie Jork im Jahr 1953 entwickelte Früchte Jork sich vom traditionellen Obst- und Gemüsegroßhandel zum Frische-Dienstleister mit Vollsortiment. Heute, in der vierten Generation geführt, können wir voller Stolz auf ein modernes Unternehmen mit ca. 250 Mitarbeitenden aus 30 verschiedenen Nationen blicken. Aus dem kleinen Obst und Gemüse Laden ist ein über 6000m² großes Logistikzentrum mit 60 LKW gewachsen, das über eine der modernsten Tiefkühlanlagen sowie eine eigene Werkstatt verfügt. Dabei fühlen wir uns unseren Werten stets verpflichtet. Als mittelständisches Familienunternehmen steht Früchte Jork vor allem für kurze Dienstwege, schnelle Entscheidungen, hohe Flexibilität und eine Hands-on-Mentalität. Unsere 1.400 aktiven Kunden stammen aus den unterschiedlichsten Bereichen von klassischen gastronomischen Betrieben wie Restaurants oder Hotels, über Betriebskantinen bis hin zur Krankenhausverpflegung.

Früchte Jork ist Teil einer Konzerngruppe, die ebenfalls zu 100% in der Hand des Inhabers ist und deren Unterfirmen einer besseren Steuerung von Kapital und anfallenden Kosten dienen. Hierbei zu nennen sind besonders die Jork Beteiligungs GmbH, die die Unterfirmen hält und Personal, sowie Controlling steuert, sowie die AL Logistik GmbH, die Fuhrpark und Lagerwirtschaft unter sich vereint. Immobilien dagegen werden von der Certa, der Konzernmutter über der Jork Beteiligungs GmbH, verwaltet. (siehe Anhang)

Alle Mitarbeitende dieser Firmen sitzen am Standort in Isny im Allgäu und betrachten sich als zu Früchte Jork gehörend. Früchte Jork ist als Handelsbetrieb auch für den Großteil der Umsätze und Gewinne der Unternehmensgruppe verantwortlich, tritt daher auch als einziges davon am Markt auf. Es gibt keine Barrieren zwischen den Firmen, die Mitarbeitenden sitzen auf den selben Stockwerken.

Für diese Evaluierung wird Früchte Jork betrachtet. Allerdings ist es nicht möglich, den Einfluss des Unternehmens auf seine Umwelt zu betrachten, ohne gelegentlich Prozesse und Kosten aus anderen hinzuzuziehen. Im Folgenden wird das vor allem die AL Logistik sein, da hier ein signifikanter Anteil des Personals angestellt ist und die Logistik neben dem Handelsbetrieb den Kern der Leistung von Früchte Jork ausmacht.

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Handelsleistung	100

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Früchte Jork ist seit den 50er Jahren fest in Isny verwurzelt und aus den Schlesiern sind richtige Allgäuer geworden. Als solche sind wir unserer Heimat und ihrem Erhalt verpflichtet. Gerade die Corona Krise hat gezeigt, wie sehr sich die Menschen nach einem Flecken "heiler Welt" sehnen, den viele glauben im Allgäu gefunden zu haben.

Die "Marke Allgäu" definiert die Allgäuer Werte als „**frisch**“, „**friedlich**“, „**heilsam**“, „**ehrenwert**“ und „**originell**“. Das sind die Gründe, wegen denen Menschen ins Allgäu kommen wollen. Den Erhalt dieser Lebensqualität stellt Früchte Jork an die Spitze seiner Unternehmensstrategie.

Wir leben vom Handel mit Hotellerie und Gastronomie und unser überdurchschnittliches Wachstum wäre ohne die Ferienregion Allgäu-Bodensee nicht möglich gewesen. Ebenso bewusst ist uns, dass Lebensmittelproduktion eine Belastung, sozial wie ökologisch, für den Planeten darstellen kann und auch unsere LKW fahren noch nicht mit Luft und Liebe. Deshalb versuchen wir unseren CO₂-Abdruck so gering wie möglich zu technisieren, lehnen dabei allerdings Greenwashing ab. Als Händler mit einer gewissen Größe versuchen wir zusätzlich, so regional wie möglich einzukaufen und die Lebensmittelproduktion im Allgäu zu unterstützen.

Nicht nur Kund*innen und Mitarbeitende sind für uns wichtig, auch benachbarte Unternehmen, Gemeinden, regionale Lieferant*innen, aber auch Mitbewerber*innen versuchen wir auf Augenhöhe zu begegnen und pflegen (wo möglich) ein Miteinander, damit die Region selbst gestärkt wird.

Wir sehen uns also als vernetzt mit allen Lebensbereichen des Allgäus - vom Bauern bis zum international agierenden Konzern. Da uns der Erhalt unserer Heimat und ihrer Werte wichtig ist und jeder der oben genannten Stakeholder eine Rolle darin spielt, ist uns - auch wenn der Begriff neu war - Gemeinwohlökonomie in vielen Teilen nicht unbekannt und ein Teil unseres Handelns.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Vor dem Erstellen dieser Bilanz gab es keine explizierten GWÖ-Aktivitäten, bis auf die bis dato unbewusst gelebten.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



Zertifikat: **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **Früchte Jork GmbH**
M5.0 Vollbilanz **2023** **PG-HS_Kempton-2024**
 zert. Begleiter*in **Jörn Wiedemann** **Beteiligte Peergruppen Firmen**

- konteam Haasen & Hengge GbR, Oy-Mittelberg
- Bau-Fritz GmbH & Co. KG., Erkheim
- ISAS GmbH, Füssen
- Outdooractive AG, Immenstadt
- Tourismus Hörnerdörfer GmbH, Fischen

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 30 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: -41	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 10 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 30 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 10 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 20 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen: 40 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produktransparenz: 20 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 10 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 20 %
			Zertifikat gültig bis 31.07.2026	BILANZSUMME: 117

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: **eb9tf**
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 30.07.2024

Bridget Knapper and Markus Müllenschläder / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good e.V, VR 24207



A Lieferant*innen

Früchte Jork arbeitet mit rund 500 Lieferanten aus dem Lebensmittel und Nonfood Bereich zusammen.

Teile davon sind im EU Ausland oder importieren aus Drittstaaten.

Dazu kommen ca. 100 weitere Lieferanten, die das Unternehmen und die hier mit betrachteten Firmen mit Roh-Hilfs- und Betriebsstoffen, Energie, Ausstattung, Fahrzeugen uvm. versorgen um den Betrieb eines Logistikunternehmens aufrecht zu erhalten.

Mit allen dieser Lieferanten versuchen wir langjährige Partnerschaften auf Augenhöhe aufzubauen, die verlässlich auch Krisen wie Corona überstehen können.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Berichtsantwort

1. Welche Produkte / Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Alle Produkte, die Früchte Jork an seine Kunden vertreibt, werden bei Lieferant*innen eingekauft. Dies beinhaltet alle Waren, von Fleisch und Fisch über Obst und Gemüse bis hin zu Fertigprodukten, Dosen-/Tiefkühl- oder Molkereiware. Unsere Dienstleistung stellen wir selber dar.

Unsere Lieferant*innen wählen wir nach folgenden Kriterien aus, die nach absteigender Priorität für unseren Betrieb sortiert sind:

- Nachfrage des Produktes bei unseren Kunden
- Qualität des Produktes hinsichtlich Geschmack, Verarbeitung etc.
- Preis des Produktes im Einkauf
- Weitere Aspekte des Produktes wie Bioqualität, Regionalität etc.
- Einfluss des Produktes auf die Umwelt bzgl. Anbau, Transportwege, Wasserverbrauch etc.

Logistikleistung wird durch das Hauseigene Logistikunternehmen AL Logistik GmbH abgebildet. AL stellt sowohl Fahrer*innen, wie Fahrzeuge und Lagerleistungen zur Verfügung. Weiterhin eine eigene Werkstatt. Das Unternehmen wird durch eine Management Umlage finanziert. Da die Leistung selbstständig erbracht wird und das Unternehmen bis auf die abweichende Firmierung nicht von Räumen, Abläufen und Philosophie der Früchte Jork GmbH abgegrenzt ist, können beide Firmen relativ gleichartig betrachtet werden. Es erfolgt im Bereich der Logistik kein Auswahlkriterium für Dienstleister, da die Leistung selbst hergestellt wird.

Gas/Wasser/Strom/Diesel werden nach Preis und Regionalität des Zulieferers ausgewählt.

IT wird durch die Firma Incredito abgedeckt, die ihre Räumlichkeiten im gleichen Gebäude hat und seit vielen Jahren enger Partner ist. Weiterhin wird das Unternehmen durch die Firma AM Computer aus Nürtingen systemseitig mit Programmierungen am ERP betreut. Auch hier wird seit Jahrzehnten zusammen gearbeitet und man hat sich auch auf eine weitere Partnerschaft in Zukunft verständigt.

2. Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Außerhalb von Obst und Gemüse läuft der Import in der Regel über Importhäuser und daher erfolgt auch die Evaluierung extern. Jede*r Lieferant*in muss eine Lieferantenerklärung vorweisen, die zusammen mit den angegebenen Zertifikaten (IFS etc.) jährlich von uns abgefragt wird. Bei Nicht-Vorlegen der Lieferantenerklärung werden die Gründe durch den zuständigen Einkäufer evaluiert und eine Fortführung der Geschäftsbeziehung besprochen und hinterfragt.

Im Zuge des Lieferkettengesetzes beteiligen wir uns zudem gerade am Aufbau einer Datenbank für Zertifikate durch die Markant Warenversicherung.

Wir sind uns darüber bewusst, dass soziale Risiken in der Zulieferkette bestehen können, die auch unseren Lieferanten unbekannt waren, da diese ebenfalls mit Zulieferern arbeiten (z.B. Vertragsbauern einer Genossenschaft beschäftigen illegale Arbeiter*innen, die Genossenschaft tritt als Lieferant auf und war sich des Umstandes nicht bewusst), oder Missstände schlicht undefiniert waren und nicht als solche im Licht der Öffentlichkeit standen (z.B. "Tönnies Skandal").

Der Zukauf von Logistikleistung und Werkstattdiensten ist aus sozialer Sicht unbedenklich, da das Logistikunternehmen AL Logistik zu hundert Prozent Tochter der Certa ist und somit dieselbe Geschäftsführung wie Früchte Jork hat. Dementsprechend gilt der gleiche Umgang mit Mitarbeitenden.

Die IT Firmen sitzen in Deutschland und arbeiten mit hochqualifizierten Mitarbeitenden. Eine Evaluation wird nicht für nötig gehalten. Auch bei Strom, Gas und Diesel erfolgt keine Evaluation, da diese Unternehmen nach der Funktionalität und dem Preis ihrer Produkte ausgewählt werden und in einem Markt mit verhältnismäßig wenigen Teilnehmern agieren, wir also in gewisser Weise abhängig von ihnen sind.

3. Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?

Eine Prüfung von eventuellen Verstößen gegen die Menschenwürde bei Lieferant*innen erfolgt durch Abfrage der jährlichen Lieferantenerklärung. Früchte Jork als Mitglied des

Service Bunds bezieht auch Waren über diesen. Die Service Bund Eigenmarken unterliegen sehr strengen Prüfungen und werden in diesem Zuge vor Ort besucht, um eventuelle Missstände festzustellen bzw. allgemein die Arbeits- und Produktionsbedingungen vor Ort zu prüfen.

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit Lieferant*innen aus dem EU In- und Ausland führen wir zum Teil auch eigene Besuche bei Lieferant*innen durch. Aktuell werden Lieferant*innen auch im Zuge des Lieferkettengesetzes stärker geprüft.

Werkstatt und Logistikleistung werden vom eigenen Unternehmen erbracht, das sich zur Einhaltung der Menschenwürde verpflichtet hat.

Bei Strom Gas und Diesel erfolgt keine Prüfung. Es handelt sich aus Sicht von Früchte Jork um Grundversorger, die in der öffentlichen Betrachtung stehen. IT wird ebenfalls nicht geprüft, da es sich um in Deutschland ansässige Unternehmen mit hoch qualifizierter Arbeitskraft handelt (es wird davon ausgegangen, dass ein qualifizierter Informatiker sich bei menschenunwürdiger Behandlung selbst helfen und die Anstellung wechseln kann).

4. Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?

Wenn Verstöße gegen die Menschenwürde bei Lieferant*innen bekannt werden, werden deren Produkte aus unserem Sortiment gestrichen und nicht weiter von diesen bezogen. Neben dem in Antwort drei genannten Prüfungsvorgehen werden präventiv keine weiteren Maßnahmen in diesem Kontext getroffen. Zudem werden auch nach Bekanntwerden von Verstößen gegen die Menschenwürde keine zusätzlichen Maßnahmen neben dem Geschäftsabbruch mit entsprechenden Lieferant*innen ergriffen.

5. Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Unser gesamtes Sortiment besteht aus zugekauften Produkten und trägt je nach Produktgruppe und Herkunft Zertifikate und Siegel wie Bio, MSC, ASC, Fairtrade, Rainforest Alliance, Palmöl-frei, Demeter oder Sustainable Soja. Zusätzliche Informationen zu den Zertifikaten können im Anhang eingesehen werden.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2023:

Branche	Ausgaben (in €)
A - Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Fischerei	75.613.133
H - Verkehr und Lagerhaltung	14.400.000
D - Strom-, Gas-, Dampfversorgung und Kühlung	299.000
Cd - Produktion von petrochemischen Produkten und Kunststoffen (C19, C20, C22)	950.000

Branche	Ausgaben (in €)
N - Administrative und unterstützende Dienstleistungen	440.000
Übrige Lieferanten	87.867

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

2023: 90 %

Unsere Lieferant*innen und deren Unterauftragnehmer werden zur Einhaltung der jeweiligen nationalen Regelungen zum Schutz der Beschäftigten verpflichtet. Wo diese Regelungen fehlen, gelten die Bestimmungen von BSCI und ILO.

Der Großteil der Produkte stammt aus der EU. Daher können wir davon ausgehen, dass diese nach europäischem Sozialstandard produziert werden. Für Deutschland fordern wir die Bezahlung des aktuell gültigen Mindestlohns an die Angestellten, sowie die Einhaltung des Verhaltenskodex des Deutschen Fruchthandelsverbands zur Berücksichtigung von Sozialstandards.

Außerhalb von der EU - speziell im Rohwarenimport - besteht die Gefahr, dass Teile der Prozesskette nicht unter fairen Bedingungen hergestellt werden. Dies liegt vor allem an den abweichenden Rahmenbedingungen in den entsprechenden Ländern. Eine Überprüfung des Importeurs über die Lieferantenerklärung hinaus ist kaum durchführbar. Die 10% sind als Sicherheitsabzug einkalkuliert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mehr Besuche bei Lieferant*innen und Partner*innen planen

Dadurch dass die Zulieferkette aus mehreren Stationen besteht, sollten diese einzeln häufiger und regelmäßiger geprüft werden. Besonders bei der Produktherstellung (anfangs der Lieferkette) ist eine gründlichere Prüfung empfehlenswert.

Verzicht auf den Handel von Produkten, die bei der Herstellung die Menschenwürde verletzen

Beispielsweise werden den Kunden von Früchte Jork Garnelen aus Bangladesch angeboten. Bei diesen ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass die Menschenwürde der Mitarbeiter während der Produktion verletzt wird. An dieser Stelle sollte ein Umdenken stattfinden, weg von "wir liefern dem Kunden so gut wie alles, was er will" hinzu "Wir liefern euch nur garantiert ethisch vertretbare Produkte".

Lieferant Consorfrut zu mehr Nachhaltigkeit bringen

Insbesondere beim spanischen Lieferanten Consorfrut sollten mehr und tiefere Einblicke in dessen ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsbemühungen geschaffen werden. Da es sich bei diesem um den größten Lieferanten hinsichtlich des Warenwerts bei Früchte Jork handelt, wäre mit strengeren Prüfungen/Einblicken sowie höheren Anforderungen schon viel

getan und auch eine höhere Wahrscheinlichkeit der Umsetzung gegeben, da Früchte Jork auch für Consortfrut einen großen Abnehmer darstellt.

A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Berichtsantwort

1. Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?

Insbesondere die internationale Agrarproduktion stellt hier eine besondere Gefährdung dar.

2. Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Um Auswirkungen der Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette zu minimieren bzw. gar zu vermeiden werden verschiedene Maßnahmen getroffen. Zunächst werden insbesondere die Eigenmarken Lieferanten des Service Bunds stark überwacht (siehe Aspekt 1.1). Zudem wird kontrolliert, ob die Vorgaben des Lieferkettengesetzes durch die Lieferanten eingehalten werden. Ein weiterer Punkt ist hier, dass im Extremfall auch Geschäftsbeziehungen zu Lieferanten ganz eingestellt werden, sollten diese Auffälligkeiten hinsichtlich der Verletzung der Menschenwürde aufweisen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind

2023: 1 %

Die Zahl ethisch riskanter Produkte sollte <1% sein. Risiken in der Prozesskette sollten eigentlich durch Lieferantenerklärungen transparent sein.

Soziale Gefahren wie Mindestlohnverletzungen oder die Vertreibung von Menschen für die Ausweitung von Ackerflächen sind aus unserer Position nicht einzusehen. Wo es vom Lieferanten nicht bereits in der Kommunikation hervorgehoben wird, wird auf "bessere Bedingungen" geachtet - sprich es wird nie ein fragwürdiger Preiseinstieg genommen. Da die Ware immer zum Weiterverkauf insbesondere an die "gehobene" Gastronomie gedacht ist, wird sowieso nicht der günstigste Anbieter genommen. Zudem erfolgt kein Import aus kritischen Anbieterländern.

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind

2023: 99 %

Siehe Anmerkung oben

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Lieferant*innen-Fragebogen versenden

Konkrete Fragestellungen zum Thema Menschenwürde. Zum Beispiel: Entlohnung, Sicherheitsvorkehrungen, Arbeitszeit, Verbot von Kinderarbeit, etc.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?
- Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Berichtsantwort

Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?

Grundsätzlich sieht der Unternehmenskodex von Früchte Jork vor, dass partnerschaftliche und lange Beziehungen zu Lieferant*innen und Kund*innen gepflegt werden. Wir als Großhändler haben nicht die Größe bzw. Marktmacht, um einen Lieferanten unfair zu behandeln (z.B. im Vergleich zu Aldi). Da die Großhandelslandschaft in Europa extrem vielseitig ist und viele Anbieter existieren, die das gleiche Produkt vertreiben, können und sollen Lieferant*innen keine unfairen Preise, Zahlungs- und Lieferbedingungen auferlegt werden. Denn diese sind nicht von uns alleine abhängig und würden in einem solchen Fall schlichtweg auf andere Großhändler wechseln bzw. die Beziehung mit diesen ausweiten. Somit pflegen wir nicht nur aufgrund unserer eigenen Unternehmenskultur, sondern auch in Anbetracht der Großhandelslandschaft langfristige und vertrauensvolle Beziehungen, um die gewünschten Lieferant*innen zu erhalten.

Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?

In der Regel pflegt Früchte Jork sehr lange Lieferantenbeziehungen (ca. 10-15 Jahre im Service Bund, bis zu 20 Jahre bei Früchte Jork direkt). Denn gute Lieferant*innen möchte man behalten, da deren Ware und Lieferleistungen sowohl bei uns als auch unseren Kunden bekannt sind und geschätzt werden. Der Zentraleinkauf in Lübeck verhandelt für den Service Bund mit großen Lieferant*innen die Preisgestaltung. Hierbei ist nicht klar, ob alle Lieferant*innen damit immer zufrieden sind. V.a. im Großhandel ist der Umgangston branchenbedingt recht "scharf", womit gegebenenfalls nicht alle Lieferant*innen einverstanden sind. Dieser Umgang wird mit den moderneren Generationen an

Mitarbeitenden in der Branche allerdings immer besser. Bezogen auf diese und die vorangestellte Frage zu Maßnahmen für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen achten wir als Großhandel auf einen angenehmeren Umgangston und kommen den Lieferant*innen auch teilweise mit Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen entgegen.

Grundsätzlich ist die Preissensibilität in der Branche sehr hoch. Der Service Bund, dem wir angehören, ist marktgerecht in den Preisen und agiert ordentlich. Letztendlich hängen auch alle, sowohl die Lieferant*innen als auch wir als Großhändler, von den Erzeugerpreisen ab.

Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Als Großhandelsbetrieb ist es generell schwierig zu einer fairen Wertschöpfung beizutragen. Unsere Lieferant*innen sind zumeist ebenfalls noch Zwischenhändler und nicht direkt Erzeuger. Dementsprechend erfolgt die Wertschöpfung v.a. auf Seiten der Lieferant*innen, welche an uns weiterverkauft wird. Denn nur wenige Produkte werden beim Erzeuger selbst gekauft. Bei kleinen, regionalen Lieferant*innen (z.B. kleine Gemüsebauern) werden keine groß angelegten Preisverhandlungen geführt, dort gelten im Vergleich zum Gesamtmarkt häufig langjährig erprobte, partnerschaftliche Preisgestaltungen.

Verifizierungsindikatoren

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

2023: 20 Jahre

Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen

Früchte Jork ist in Anbetracht der Marktteilnehmer in der Großhandelslandschaft nicht groß genug, als dass ein wirklicher Einfluss auf die Verteilung der Wertschöpfung bestünde. Lediglich der Service Bund gesamt könnte 10-20% beeinflussen.

Zudem muss hier unterschieden werden zwischen bspw. einem regionalen Früchtebauer, bei dem wir der größte Abnehmer mit ca. 25% seiner Produktion sind und einem Konzern wie Unilever, bei dem wir ca. 0,001% abnehmen.

Eine seriöse Schätzung ist an der Stelle nicht möglich, da relevante Informationen über die Wertschöpfungskette fehlen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Zunächst ist zu sagen, dass wir als Großhändler nicht in der gesamten Lieferkette mit allen Beteiligten den direkten Kontakt haben. Innerhalb unseres Einflussbereichs befinden sich insbesondere die Zulieferer. Konkret kommen wir hier mit den Mitarbeitenden im Außendienst der Lieferant*innen in Kontakt. Hier wird der Umgang so gefördert, dass Preisgespräche nicht in unnötig scharfem Ton geführt werden, wie in A2.1 bereits erläutert, sondern ein respektvoller und anständiger Umgang die Regel ist. Dies entspricht auch unserem Leitbild.

Ein weiterer Berührungspunkt sind die Lkw-Fahrer und Spediteure der Lieferant*innen. Insbesondere mit diesen ist ein solidarischer Umgang in der Branche nicht immer üblich. Wir behandeln auch diese Personen anständig, indem beispielsweise bei Anlieferung bei uns immer Lagermitarbeitende von Früchte Jork vor Ort sind, um die Lkws abzuladen. Somit müssen Fahrer, die beispielsweise seit Tagen aus Spanien oder Italien zu uns unterwegs sind, nicht auch noch selbst die Ware abladen und können zeitig weiterfahren. Sollten unsererseits keine Mitarbeitenden vor Ort sein, so überschneidet sich das aber immer mit den Ruhezeiten der Fahrer.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wie bereits in Frage eins schon angesprochen, fordern und fördern wir einen menschlich angemessenen und fairen Umgang zwischen allen Beteiligten, sowohl während bspw. Preisverhandlungen als auch im direkten Kontakt bei Anlieferungen. Zudem unterstützen wir solche Lieferanten, durch den Kauf und Weiterverkauf derer teureren Produkte bspw. soziale Projekte gefördert werden (z.B. Bau von Schulen). Eine weitere Maßnahme ist, dass bei dem Einkauf von Produkten außerhalb der EU/Europas (z.B. Garnelen) solche nur über Agenturen gekauft werden, welche sich für soziale Projekte vor Ort kümmern. Darunter fallen die Durchsetzung eines höheren Lohns für die Arbeitenden, soziale Projekte, Schulbau etc.

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Prinzipiell ist es schwierig, Risiken und Missstände bei den Zulieferern zu überprüfen und zu sanktionieren. Es wird eine jährliche Lieferantenerklärung gefordert. Hier sind wir uns allerdings bewusst, dass es sich ausschließlich um eine schriftliche Zusage der Lieferant*innen zu unseren Forderungen hinsichtlich Sozialstandards etc. geht. Es besteht keine Garantie einer Einhaltung. Bei Eigenmarken vom Service Bund werden diese durch Besuche vor Ort regelmäßig kontrolliert.

Auch wir selbst besuchen manche Lieferant*innen vor Ort, wie z.B. Garnelen-Zuchten in Bangladesch, und machen uns ein Bild der Produktion und Arbeitsbedingungen vor Ort. Da

es sich um angekündigte Besuche handelt, muss man teilweise befürchten (zumindest außerhalb der EU), dass potenzielle Missstände bspw. im Umgang mit Mitarbeitenden bei solchen Besuchen von Seiten der Produktionen eher verdeckt werden.

Je nach Art und Schwere der Risiken/Missstände wird Nachbesserung gefordert, oder direkt der Eigenmarkenliefervertrag bzw. Liefervertrag mit dem/der entsprechenden Lieferanten/in aufgekündigt. Ist allerdings noch nie passiert, da die Partner*innen vor Ort sehr ausgewählt und langfristig aufgebaut werden.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

2023: 5 %

Hier kann das Fairtrade Label genannt werden. Leider wird dieses in unserem System nicht als Indikator hinterlegt, weswegen wir die Produkte nicht danach filtern und eine genaue Zahl nennen können. Viele Produkte enthalten jedoch Fairtrade Rohware. Die Erfassung hiervon ist derzeit allerdings nicht möglich. 5% sind folglich vorsichtig tiefgestapelt. Der tatsächliche Anteil ist wahrscheinlich signifikant höher.

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

2023: 5 %

Die Eigenmarken-Lieferant*innen basieren auf genau diesem Prinzip, allerdings sind diese nicht offiziell gelabelt.

Weitere Lieferant*innen haben solidarischen Umgang auf der Agenda (z.B. Rapunzel) allerdings nicht im System erfasst. 5% sind auch hier eine tief gestapelte begründete Vermutung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mehr Besuche bei Lieferant*innen und Partner*innen planen

Um eventuelle Missstände leichter aufzudecken, könnten häufiger und/oder unangekündigten Besuche stattfinden. Somit kann ein tieferer Einblick in die Rahmenbedingungen vor Ort bei den Lieferant*innen erhalten werden. Zudem könnte somit festgestellt werden, ob besprochene Nachbesserungen auch tatsächlich umgesetzt wurden, oder ob dies nur auf dem Papier stattgefunden hat.

A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen, und wie wird sie eingesetzt?
- Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?
- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Berichtsantwort

Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen, und wie wird sie eingesetzt?

Früchte Jork besitzt im Verhältnis zum Gesamtmarkt der Lebensmittel-Großhändler eine noch überschaubare Größe. Somit ist auch die Marktmacht verhältnismäßig gering, insbesondere gegenüber großen Lieferkonzernen oder auch in Zusammenarbeit mit allen Lieferant*innen, mit denen der Service Bund direkt verhandelt. Gegenüber kleineren und vor allem regionalen Händlern besitzen wir mehr Marktmacht als gegenüber großen und internationalen Konzernen. Hier nehmen wir häufig einen Großteil derer Produkte ab. Dennoch streben wir vor allem mit diesen regionalen Händlern ein gemeinsames Wachstum an, da beide Seiten davon mehr profitieren als von bspw. Preisdumping oder unangemessenen Lieferforderungen etc. unsererseits.

Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?

Nein, es gibt keine Hinweise darauf, dass Lieferant*innen unter unserer Marktmacht leiden. Die Zahlungs- und Lieferbedingungen sind Standard und vor allem branchenüblich. Eine Ausnutzung und Erpressung von Lieferant*innen, wie es beim Listeneinzelhändler häufig üblich ist, könnten wir uns als Gastronomiegroßhändler auch gar nicht leisten. Denn es geht generell nicht darum, Lieferant*innen zu tyrannisieren oder auszunutzen, sondern Ware zu kaufen und wieder zu verkaufen.

Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Im vergangenen Jahr gab es keine Beschwerden geschweige denn negative Berichterstattung. Sollten Probleme hinsichtlich unrealistischen Zahlungs- oder Lieferbedingungen bei Lieferant*innen auftreten, werden solche direkt mit dem Einkauf von Früchte Jork geklärt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Einholung von Lieferant*innen-Feedback

Grundsätzlich wurden im Berichtsjahr 2023 keine Beschwerden bzw. negative Berichterstattung hinsichtlich der Ausnutzung von Marktmacht (z.B. unverhältnismäßige Zahlungs- oder Lieferbedingungen) deutlich. Da ein/e Lieferant/in bei kleineren Unzufriedenheiten womöglich nicht sofort eine Beschwerde einreicht und um noch mehr Sicherheit und vor allem Klarheit über die Zufriedenheit der Lieferant*innen mit Früchte Jork und deren Bedingungen zu erhalten, könnte jährlich Feedback der Lieferant*innen in mündlicher (telefonisch) oder schriftlicher Form (E-Mail, Online Umfrage) eingeholt werden. Somit ließe sich in 2-3 kurzen Fragen prüfen, ob die Bedingungen fair sind und welches Verbesserungspotenzial besteht.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Berichtsantwort

Bei Betrachten von Früchte Jork muss uns bewusst sein, dass es sich um ein Handelsunternehmen handelt, weswegen hier primär die Handelswaren betrachtet werden. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe zur Aufrechterhaltung des Handelsbetriebs (Druckerpapier etc.) sowie Rohstoffe aus dem Speditionsbetrieb werden hier nicht betrachtet.

Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?

In 2023 wurden mehr als 30 Mio. kg Ware bewegt. Dabei handelt es sich um Lebensmittelzeugnisse aller Verarbeitungsgrade und Warengruppen. Ein breites Spektrum an Ressourcen ist in der Produktion dieser Waren angefallen, von Agrardüngern bis zu Treibstoffen für Ernte- und Produktionsmaschinen. Von den Hauptressourcen, die anfallen, sind besonders namhaft zu erwähnen: Wasser, Erdöl, Treibstoffe, Futtermittel (Getreide, Soja).

Aufgrund der breiten Masse an Rohstoffen und mangelnder Informationen in der Lieferkette sollen folgende Beispiele den hohen Ressourcenaufwand verdeutlichen:

- Bezogenes und weiter vertriebenes Rindfleisch in 2023: 142.000 kg. Bei ca. 15.500 Liter Wasserverbrauch pro Kilogramm Rindfleisch (Trinken, Nahrungsmittelherstellung etc.) ergibt sich hier ein gesamter Wasserverbrauch von weit mehr als 2 Mrd Liter (2 Mio m³) Wasser in 2023.
- Bezogenes und weiter vertriebenes Schweinefleisch in 2023: 159.875 kg. Bei ca. 6000 Liter Wasserverbrauch pro Kilogramm Schweinefleisch ergibt sich hier ein gesamter Wasserverbrauch von fast 1 Mrd. Liter (1 Mio m³) in 2023.
- Bezogener Diesel für AL-Logistik (LKWs) in 2023: 648.204 Liter
- Beispiel für den Kraftstoffverbrauch von Frachtschiffen, die für den Import von Lebensmitteln auch für Früchte Jork notwendig sind: ein mittelgroßes Schiff von 12.000 TEU (Frachteinheit) verbraucht bei voller Ladung 300 Tonnen Schweröl pro Tag (Quelle: NABU).

Der Großteil der Dienstleistung von Früchte Jork wird durch die Logistik erbracht. Hier fallen Kosten/Ressourcen für das Betreiben der Kühlanlagen sowie des Fuhrparks an. Da die Kernbetrachtung auf Früchte Jork liegt und die einzelnen Ressourcen im Fuhrpark zu erfassen sehr langwierig ist, haben wir uns auf die größten Posten beschränkt.

Zum Betrieb des Blockheizkraftwerkes wurde Erdgas für 74.000 € zugekauft. Der übrige Strom, der nicht durch unsere PV Anlage erzeugt wurde, wurde für 215.000 € zugekauft.

Lager, Büros und Fuhrpark haben Wasserkosten für ca. 10.000 € auflaufen lassen.

Die Hauptressource in einer Spedition ist natürlich Treibstoff:

2023 wurden 455.135 Liter Diesel verfahren, was zu einem Kostenaufwand von 950.000 € geführt hat inklusive AdBlue.

Zusätzlich wurden für die Wartung und Reparatur der Anlagen sowie der LKW 2.957 Liter Öle und Schmierstoffe eingesetzt.

Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?

Es werden alle Arten von verfügbarer Energie in der Produktion eingesetzt, da es sich um global bezogene Produkte handelt. Auch eingesetzte Technologien reichen vom z.B. Handpflücken und Garnelen-fischen mit dem Netz bis zur automatischen Burgermaschine. Zur Dienstleistungserbringung von Früchte Jork fällt zudem Strom an, der zu 50% aus erneuerbaren Energien besteht, in der AL-Logistik fällt Diesel an (siehe oben). Zudem wird Energie zur Kühlung der Lager benötigt, was durch die Kombination von eigenem Solarstrom und eigenem Blockheizkraftwerk (mit Erdgas) erreicht wird. Die entstehende Abwärme des BHKW wird zum Heizen der Büros genutzt.

Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?

Die Auswahl der Roh-/Handelsware folgt den Schritten wie in A1.1 bereits beschrieben:

1. Nachfrage des Kunden
2. Konformität mit Gesetzen und Richtlinien
3. Verlässlichkeit des Lieferanten (denn es werden langjährige Beziehungen angestrebt)
4. Preis

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Wir sind uns bewusst, dass die Lebensmittelproduktion auf einem Planeten mit 8 Mrd. Menschen eine starke Belastung für Lebensraum und Umwelt darstellt. Im Lebensmittelgroßhandel folgen wir der Nachfrage der Kunden, bei denen gerade jetzt in der Rezession die Entscheidung für ein Produkt stärker über den Preis als über die ethischen Aspekte der gehandelten Ware gestellt wird. Zwar wird es vermieden, aus bewusst ökologisch unethischen Gebieten einzukaufen (z.B. Rindfleisch aus Brasilien) bestimmte Fische zu kaufen oder dem Tierwohl entgegenlaufende Haltungsmethoden (Stopfleber) zu fördern und es wird auf entsprechende Zertifikate geachtet (z.B. ASC, MSC, Rainforest Alliance), allerdings stellen solche Zertifikate (außer ASC, MSC) nicht das primäre Kaufkriterium dar.

Grundsätzlich findet aber keine dokumentierte Evaluation der ökologischen Risiken in der Zulieferkette statt. Für uns bei Früchte Jork evaluieren wir den Bezug von Produkten nach der Frage "Kann ich das Produkt in der für mich vertretbaren Güte beschaffen oder nicht?".

Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe, und Treibstoff werden nicht auf ihre ökologischen Risiken überprüft, da sie in der Regel bekanntermaßen Umweltschädlich sind.

Bei der Energie wird auf den deutschen Strommix von 50% erneuerbarer Energie geachtet.

Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?

Schädliche Umweltauswirkungen durch zugekaufte Produkte sind Flächenverdrängung, Verdrängung durch Futtermittelanbau, Rohdung für Agrarflächen, hoher Wasserverbrauch, Verschmutzung der Meere, Überfischung, CO₂-Ausstoß. (Dies sind grundsätzliche Probleme in der Lebensmittelproduktion, denn es gibt kein Produkt, das bewusst unethisch eingekauft wird, nur um den Markt zu bedienen. Ökologische Probleme sind zum Teil bekannt aber werden vom Markt akzeptiert.)

Beim Zukauf der Logistikleistung sind wir uns bewusst, dass Logistik mit Kühlfahrzeugen einen signifikanten Einfluss auf die Umwelt hat. Bedauerlicherweise ist der Einsatz von Gas oder Strombetriebenen LKW im Feinverteilerverkehr noch nicht realisierbar. Durch den Bedarf der Kühlmaschine reduziert sich die Reichweite der Fahrzeuge signifikant, was derzeit einen Einsatz nur in dicht besiedelten, urbanen Gebieten wirtschaftlich möglich macht. Der zusätzliche Aufbau für Gas oder Batterie reduziert zudem die Zuladung der Fahrzeuge, was diese ineffizient macht. Politisch motivierte Reduktion der Lenkzeiten erlauben weiterhin keine Ladepausen, während weiterhin keine ausreichende Lade- bzw. Gastankinfrastruktur vorhanden ist. Zusätzlich sind momentan verfügbare Modelle an Gas- und Stromlkw um ein vielfaches teurer als übliche Modelle, was trotz Subventionierung eine Anschaffung im Vergleich zur Leistung nicht wirtschaftlich macht.

Die Kühlanlagen des Unternehmens laufen sehr ökonomisch mit einer Kombination aus selbst produziertem Solarstrom und Energie aus Erdgas. Dadurch kann sehr viel CO₂ vermieden werden, was ansonsten durch Kühltechnik anfällt. Als Kühlmittel wurde bislang umweltfreundliche Sole und Propangas verwendet, was im Moment durch CO₂ ersetzt wird.

Umweltschädliche Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe bei Logistik, Werkstatt und Lagerhaltung werden durch den Einsatz von Wasserfiltersystemen und Ölabscheidern in der Werkstatt fachgerecht entsorgt.

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Der Fokus zur Auswahl von Produkten liegt auf ökologischen Zertifikaten (Bio, MSC, ASC, Demeter, Rainforest Alliance), welche von Produzent*innen/Lieferant*innen vorgewiesen werden können. Hat ein Lieferant keine Zertifikate, dann handelt es sich in der Regel um einen deutschen/regionalen Lieferanten/in, den wir besuchen und über diesen Weg feststellen können, wie er sich in ökologischer Hinsicht verhält.

Strom wird mit einem Anteil von ca. 50% grüner Energie zugekauft. Das Unternehmen versucht so viel wie möglich selbst zu produzieren.

Die externe IT sitzt im gleichen Gebäude und nutzt folglich den gleichen Strom.

Die Kühlanlagen werden derzeit auf umweltfreundliche Kälteflüssigkeiten umgestellt.

Bei Ölen und Schmierstoffen gilt Performance und Qualität. Hier werden nicht bewusst ökologische Alternativen gewählt.

Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?

Zur Reduktion von Umweltauswirkungen bei direkten Lieferanten verfolgen wir zwei mögliche Maßnahmen:

1. Das Nicht-mehr-kaufen von Produkten, die bewusst umweltschädlich sind (z.B. kaufen wir keinen Thunfisch ohne MSC Siegel)
2. Das Unterstützen von Projekten, die eine nachhaltigere/fairere Agrarproduktion anstreben. Dadurch bezahlen wir höhere Preise und vermarkten das Produkt teurer am Markt.

Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Bei den Standard-Mitbewerber*innen gibt es keine Unterschiede hinsichtlich eines ökologischen Einkaufs. Hier sind wir alle sehr ähnlich.

Betrachtet man den Wettbewerb im Bio-Großhandel, so gibt es hier ein deutlich größeres Bio-/Nachhaltigkeitssortiment. (Der Bio-Großhandel ist ein Nischenmarkt in der Branche mit einer eigenen Daseinsberechtigung. Dieser stellt kaum Wettbewerb für Früchte Jork da, da wir ein eigenes Bio-Sortiment haben und Bio-Großhändler häufig sehr endverbraucherlastig orientiert sind.)

Die Umstellung auf ökologische Ressourcen ist ein Standbein der Zukunft der deutschen Wirtschaft. Alle arbeiten an den selben Themen und verhalten sich ähnlich, wenn es um umweltschonendes Fahren und Kühlen geht. Die finanzielle Ausstattung ist entscheidend für den Umsetzungsgrad.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind

2023: 4 %

In 2023 haben wir 414 verschiedene Artikel im Verhältnis zu ca. 11.000 Gesamtartikeln bezogen, welche mit einem Bio-Siegel oder einem entsprechenden weiteren Fair-Label versehen sind.

Bei Schmierstoffen wird auf hohe Qualität geachtet - häufig sind die Umweltauswirkungen hier positiver als bei vergleichbaren Produkten.

Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

2023: 50 %

Dieser Wert wird grundsätzlich nicht erfasst, außer bei den Lieferant*innen der oben genannten 414 Artikel.

Bei solchen Unternehmen erfolgt die Reduktion ökologischer Auswirkungen durch die Unterstützung von CO₂-Ausgleichsprojekten, Erstellung von Klimabilanzen oder die Produktion mit Öko-Strom. Dieses Thema ist aktuell auf der Agenda der meisten Unternehmens. Darum gehen wir davon aus, dass mittlerweile mindestens die Hälfte der Lieferanten bereits aktiv ist.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ökologisch nachhaltiges Sortiment ausweiten

Um ökologisch nachhaltiger zu werden, sollte für den Anfang/das nächste Berichtsjahr zunächst geschaut werden, welche Produkte, die aktuell aus z.B. konventioneller Landwirtschaft/Herstellung bezogen werden, relativ einfach aus biologischer Landwirtschaft bzw. aus ökologisch nachhaltigeren Herstellungsprozessen bezogen werden können. Für den Anfang könnte sich hier vor allem auf Produkte aus Deutschland und den Nachbarländern fokussiert werden, wo Betriebe auch schneller/einfacher besucht und eingeschätzt werden können.

A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Berichtsantwort

Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?

1. Durch die Rinderzucht gibt es die andauernde Debatte bezüglich des Methan-Ausstoßes aufgrund der Rinderhaltung. Zudem geht es hier um Themen wie die Flächennutzung, Massentierhaltung, Futtermittelanbau usw., was wiederum auf Gegenströmungen trifft wie z.B., dass Rinder gut für Argentinien sind, weil sie die Kulturlandschaft erhalten o.Ä.

An der Stelle muss erwähnt werden, dass wir bei Früchte Jork bspw. keine Tiere bzw. Rinder aus Massentierhaltung handeln. (siehe auch A3.1)

2. Ein zweiter Faktor, der hohe Umweltschäden mit sich bringen kann, ist der Fisch. Dies ist allerdings abhängig von der Art der Fischerei. Also ob es sich zum Beispiel um Wildfang, Container- oder Wildzucht handelt.
3. Auch der Anbau tropischer Früchte kann sich negativ auf die Umwelt auswirken, da solche Früchte eine eventuelle Regenwaldzerstörung zur Folge haben können.
4. Zudem belastet der Import aus Südamerika und Südostasien die Umwelt. Denn dieser bringt lange Transportwege mittels Schiff und/oder Flugzeug mit sich, was erheblichen CO₂-Ausstoß zur Folge hat. (siehe auch A3.1)
5. Auch die andauernde Verfügbarkeit von Obst und Gemüse in Europa über den gesamten Jahresverlauf hinweg, sprich der Anspruch an außersaisonales Obst und Gemüse, treibt durch den zwingenden Gebrauch von Treibhäusern den CO₂-Ausstoß in die Höhe. Zudem wird sehr viel Energie und Wasser für diese Anbauart aufgewendet.
6. Ebenfalls der Agraranbau in südlichen Ländern bringt hohe Umweltbelastungen mit sich.
7. Zuletzt bedingt die Agrarproduktion allgemein eine hohe Wasser- und Flächenverdrängung.
8. Roh-, Hilfs- und Betriebsmittel werden technologisch immer besser und weniger gefährlich für die Umwelt, bleiben trotzdem hochgradig schädlich (Motorenöl etc.), sind aber unverzichtbar.
9. Die Hersteller von Kühlmitteln u.a. sind große Chemie-Konzerne, deren Wesen an sich eine Belastung für die Umwelt darstellt.
10. Wir kaufen einen nicht näher definierten Strommix mit ca. 50% Ökostrom. (Anteil an fossilen Brennstoffen ist uns unbekannt)
11. Im Berichtsjahr 2023 wurden 455.135 Liter Diesel verfahren. Dieser Kraftstoffbedarf belastet die Umwelt natürlich zusätzlich.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Generell wird darauf geachtet, Produkte mit entsprechenden Labels zu kaufen.

1. Bei der Rinderzucht setzen wir auf das Rodeo-Eigenmarken-Konzept. Zudem beziehen wir einen großen Anteil an regionalem Rindfleisch direkt aus dem Allgäu.
2. Bei dem Bezug von Fisch achten wir auf den Kauf von ASC- und MSC-zertifizierten Produkten.
3. Hinsichtlich tropischer Früchte arbeiten wir vor allem mit Lieferant*innen zusammen, die mit Rainforest-Alliance-zertifizierten Zulieferern bzw. Produkten kooperieren.
4. Der Import aus Südamerika und Südostasien ist ein generell schwieriges Thema, da dies auf den gesamten Welthandel zurückzuführen ist. Da unsere Kunden solche Produkte bspw. für ihr Hotel oder ihren Gastronomiebetrieb brauchen, ist es für uns hier schwierig, Maßnahmen zu ergreifen.
5. Auch die andauernde Verfügbarkeit von Obst und Gemüse in Europa unabhängig von deren Saison sehen wir als gesellschaftliches Problem. Denn wenn der Kunde solche Produkte verlangt, dann liefern wir diese. Dennoch vermeiden wir den Bezug außersaisonaler Produkte, z.B. den Kauf von Erdbeeren im Winter.
6. Beim Agraranbau in südlichen Ländern der EU treffen wir keine Maßnahmen.
7. Hinsichtlich der Wasser- und Flächenverdrängung durch die Agrarproduktion können wir ebenfalls keine Maßnahmen treffen. Auch hier handelt es sich um gesellschaftliche

Probleme. Denn solange sich nicht alle darauf einigen, nachhaltig zu wirtschaften, sind positive Veränderungen für die Umwelt nur schwer umsetz- & durchsetzbar.

8. Bei Roh-, Hilfs- und Betriebsmitteln werden sehr hochwertige Produkte gekauft, allerdings steht Funktionalität vor Nachhaltigkeit.
9. Die eingesetzten Kühlmittel sind nicht umweltschädlich (CO₂ und Stickstoff), zu deren Produktion liegen allerdings keine Informationen bei Früchte Jork vor.
10. Die Abhängigkeit von Zukauf-Strom hält Früchte Jork so gering wie möglich, da eine eigene PV-Anlage und ein eigenes BHKW mit Erdgas (zukünftig Biogas) existiert.
11. AL Logistik besitzt nur modernste LKWs, die durch Flottenmanagementsysteme und Fahrerschulungen so wenig Kraftstoff wie möglich verbrauchen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

2023: 35 %

Über das gesamte Sortiment hinweg wird etwa ein Drittel/30% der Waren importiert (Umweltbelastung durch Transport und Anbau in Zweite-Welt-Ländern). Deswegen betrachten wir die Umweltauswirkungen solcher Importware als höher im Vergleich zu in Deutschland und Umländern produzierter Ware. Der Wert wurde hier noch etwas nach oben korrigiert, um der umweltbelastenden Produktion von Fleisch und Fisch eher gerecht zu werden.

Im Vergleich zur Branche (ohne Bio-Großhändler) unterscheidet sich Früchte Jork nicht.

Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe werden hier nicht betrachtet, da die Menge im Vergleich zum Warenwert zu gering ist. Das Gleiche gilt für Diesel.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Zugekaufte Produkte und Rohstoffe unter gemeinwohlbezogenen Aspekten bewerten / auswählen

Das Produktsortiment sollte genauer untersucht und beachtet werden, welche Produkte/Produktgruppen bezogen auf das Gemeinwohl ausgewählt und bezogen werden sollten.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?
- Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
- Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Berichtsantwort

Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?

Das Unternehmen Früchte Jork ist zur Erstellung einer Bilanz und Veröffentlichung dieser verpflichtet. Somit erhalten alle Lieferant*innen den selben Einblick in die Tätigkeiten und Entwicklung des Unternehmens Früchte Jork. Zudem werden Märkte häufig gemeinsam bearbeitet, wozu teils intensiv Kundendaten ausgetauscht werden.

Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?

Bezüglich der Mitentscheidung von Lieferant*innen in den Tätigkeiten von Früchte Jork spielen die Themen Außendarstellung und Marketing eine relevante Rolle: Lieferant*innen haben die Möglichkeit, sich selbst im Rahmen von Veranstaltungen von Früchte Jork oder in anderen Kontexten des Unternehmens zu präsentieren (siehe hier auch C1.1 Produktschulungen durch Lieferant*innen). Das Einbringen von Lieferant*innen ist sehr wichtig, da beide Seiten vom Ruf, der Marktpositionierung sowie dem Netzwerk des anderen profitieren. Unter Umständen werden Messebeiträge von Lieferant*innen auch monetär vergütet. Häufig läuft Mitentscheidung aber auch in partnerschaftlicher Form wie beispielsweise bei gemeinsamen Aktionen wie "Angrillen" mit Kundschaft ab.

Die Geschäftsführung der AL Logistik nimmt signifikanten Einfluss auf die Strategie und Marktbearbeitung des Unternehmens durch ihren Sitz im Führungsteam.

Die beiden IT Firmen entwickeln mit uns gemeinsam am System, bzw. erbringen Dienstleistungen wie Cybersecurity. Wir treten als "Anfrager" auf, dementsprechend liegt die Marktmacht letztlich bei ihnen.

Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Da hierzu keinen Daten erhoben werden, liegen uns keine entsprechenden Informationen vor. Jedoch legt Früchte Jork großen Wert auf positive, langfristige Geschäftsbeziehungen (siehe auch A2.1), welche im Schnitt keine Unzufriedenheit erkennen lassen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Regelmäßige Feedback-Gespräche mit wesentlichen Lieferant*innen durchführen

Ergänzend zur Empfehlung eines Feedback-Gesprächs zur Einholung von Informationen bezüglich der Zufriedenheit mit den Zahlungs- und Lieferbedingungen in A2.3 könnten in diesem Gespräch/Umfrage auch weitere Fragen zum Thema Transparenz & Mitbestimmung gestellt werden. Hierdurch kann festgestellt werden, inwiefern Lieferant*innen und Partner*innen stärker integriert werden wollten und inwiefern dies möglich und für beide Seiten nutzenbringend ist.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Für einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten entlang der gesamten Zulieferkette gibt es keine definierte Strategie. Hier ist lediglich der festgeschriebene und vorgelebte Kodex zum Umgang miteinander zu erwähnen.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Vertreter der Lieferant*innen und von Früchte Jork sind teils in regelmäßigem Austausch zur Marktbearbeitung. In Meetings werden Kund*innen und Märkte besprochen und analysiert. Beide Seiten bringen ihren Beitrag zur erfolgreichen Kundenbearbeitung. Durch die enge Zusammenarbeit werden oft vertrauliche, aber auch private Informationen ausgetauscht. Teilweise sind sogar Industriemitarbeitende zu uns gewechselt, nachdem ihr altes Arbeitsumfeld nicht mehr ihrer Vorstellung entsprochen hat.

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Es existiert keine definierte Prüfung sowie Sanktion von Risiken und Missständen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

2023: 0 %

Nicht erfasst, da kein Label bekannt, es gibt allerdings einige Produkte, die den Erzeugern vor Ort Mitentscheidungsrechte einräumen (Fairer Kaffee aus Äthiopien etc.)

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

2023: 0 %

Nicht erfasst, da Aspekte bislang nicht bekannt

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Regelmäßige Feedback-Gespräche mit wesentlichen Lieferant*innen und Partner*innen durchführen

In Feedback-Gesprächen/-Fragebögen, welche im Rahmen des Themenbereichs A schon häufiger empfohlen wurden, sollten ein paar Fragen/Informationen vorhanden sein, um mehr Transparenz zu schaffen. Z.B. genauere/tieferegehende Fragestellungen an den/die Lieferant*innen zu deren Prozessen/Mitarbeitendenbehandlung/ökologischer Nachhaltigkeit etc., um hier mehr Informationen zu erhalten. Im Gegenzug sollten auch beendete, laufende und anstehende Neuerungen bei Früchte Jork an den/die Lieferant*innen weitergegeben werden, um selbst auch Transparenz zu zeigen und ggf. weitere Verbesserungsvorschläge einzuholen.

B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

Früchte Jork befindet sich zu 100% im Besitz des geschäftsführenden Gesellschafters Maximilian Jork.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

- Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?

- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Berichtsantwort

Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?

Eine Risikodeckung durch Eigenmittel wird durch den Verbleib der erwirtschafteten Gewinne in der Firma gesichert.

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Eigenmittel, also die Gewinnerwirtschaftung (siehe Frage 1), werden bei Früchte Jork lediglich durch Handel, konzernweit zusätzlich durch Vermietung und Verpachtung sowie Logistikleistungen gewonnen.

Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

2023: 54 %

Nur Früchte Jork, konzernweit ist der Anteil noch höher.

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

2023: 15 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

- Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Berichtsantwort

Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?

Die Geschäftsleitung von Früchte Jork hat im Rahmen dieser Gemeinwohlabilanzierung zum ersten Mal von einer Ethikbank gehört. Da derzeit kein Kapitalbedarf herrscht, ist aktuell keine Finanzierung durch eine Ethikbank relevant. Hinsichtlich Berührungsgruppen existieren Finanzierungen durch Verbindlichkeiten gegenüber Lieferant*innen (siehe auch untenstehende Indikatoren). Ansonsten finden Finanzierungen im Konzern über die Hausbank LBBW (Landesbank Baden-Württemberg) aufgrund der langjährigen Beziehung und des Vertrauensverhältnisses statt.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Durch das klassische Bedienen des Kapitaldienstes, sprich Tilgung und Zinszahlungen von Krediten, wird eine Fremdfinanzierung reduziert. Da derzeit kein Bedarf an Fremdkapital herrscht (siehe oben), werden keine neuen Kredite aufgenommen.

Verifizierungsindikatoren

Fremdkapitalanteil

2023: 46 %

Überwiegend Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

2023:

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Innenfinanzierung bzw. Eigenkapital	12.938.798
Verbindlichkeiten aus LuL	11.046.000

Jahresabschluss 2023 ist noch nicht endgültig fertiggestellt

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kriterienkatalog für die Auswahl von Finanzpartner*innen und Kreditinstituten erstellen

Zwar ist aktuell kein Bedarf von Fremdkapital vorhanden, jedoch sollte für den Fall eines zukünftigen Bedarfs an Mitteln festgelegt werden, welche Kriterien neben den klassischen (z.B. Tilgungsdauer, Zinsen etc.) noch wichtig sind (z.B. Förderung ethischer/ökologischer Projekte durch die Bank) und ob diese von der Hausbank erfüllt werden können oder ggf. eine andere Bank, z.B. auch eine Ethikbank, hier besser geeignet ist.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

- Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Berichtsantwort

Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?

Zu den Finanzpartner*innen von Früchte Jork zählen die LBBW (Landesbank Baden-Württemberg), die Sparkasse sowie die Volksbank.

Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Finanzpartner	Ethisch-nachhaltige Ausrichtung (Informationen der Webseiten)	Einschätzung
Landesbank Baden-Württemberg	<ul style="list-style-type: none"> • Die LBBW ist eine verlässliche Bank in guten wie in schwierigen Zeiten. So wächst Vertrauen – im Bankgeschäft die unabdingbare Voraussetzung für eine langfristige erfolgreiche Partnerschaft. Die Beziehungen zwischen uns und unseren Kunden bestehen häufig seit Generationen. Wohin Sie auch aufbrechen: Wir begleiten Sie und sorgen für den finanziellen Rückhalt, damit Sie Ihre Ziele erreichen. (Quelle: <u>LBBW</u>) • Wir gestalten als starke, regional verwurzelte Universalbank seit mehr als 200 Jahren die Transformation von Unternehmen, Wirtschaft und Gesellschaft mit. Das ist auch unser Anspruch für die Zukunft. Deshalb arbeiten wir permanent daran, als Unternehmen selbst nachhaltig zu agieren. Gleichzeitig begleiten wir unsere Kundinnen und Kunden auf dem Weg, nachhaltiger zu handeln. Wir stehen ihnen zur Seite in allen Aspekten nachhaltiger Anlagen und Finanzierungen. Und wir begleiten sie auf dem Weg hin zu nachhaltigen Geschäftsmodellen. Dafür bauen wir ständig unsere Sustainability Advisory aus: In Strategie- wie Finanzfragen beraten wir vor allem Unternehmen, doch ebenso Stiftungen, Sparkassen und andere Banken. Auch unser Angebot an „Green Finance“-Lösungen wächst ständig. (Quelle: <u>LBBW - Nachhaltigkeit</u>) • Als harter Kern von Sustainable Financing hat sich Green Financing mit den klassischen Formen der Unternehmensfinanzierung wie Kredit, Schuldschein und Anleihen etabliert. Als Green Loan, Green SSD oder Green Bond ist die Verwendung der Mittel allerdings zweckgebunden: Das Geld muss nachweislich in grüne Projekte fließen. (Quelle: <u>LBBW - Green Financing</u>) 	Die LBBW präsentiert sich als eine Art Vorreiter/First Mover in der Finanzbranche hinsichtlich nachhaltiger Finanzierungen. Zudem wird Wert auf langfristige und vertrauensvolle Zusammenarbeit gelegt.

<p>Sparkasse</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Breitenwirkung ist enorm, der Einfluss ist bedeutend, die Verantwortung ist groß. Deshalb engagieren sich Sparkassen sehr, Nachhaltigkeit hat eine hohe Priorität. Das bedeutet konkret: <ul style="list-style-type: none"> • sich aktiv für den Klimaschutz einzusetzen • gewerblich und privat nachhaltige Investments zu fördern • bei Kooperationen insbesondere auf den Umwelt- und Klimaschutz zu achten • Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Klimaziele zu erreichen • bis 2035 selbst CO₂ -neutral zu werden • Die Sparkassen kennen ihre Region, kennen ihre Kundschaft. Sie pflegen langfristige Geschäftsbeziehungen, darum wissen sie um die Ansprüche, die heute in puncto Nachhaltigkeit gestellt werden. Vertrauen und Nähe gehören zur DNA der Sparkassen, deshalb sind sie – auch im Interesse ihrer Glaubwürdigkeit – bei vielen Nachhaltigkeitsinitiativen vor Ort mit dabei. (Quelle: <u>Sparkasse - Nachhaltigkeit</u>) • Als Sparkassen unterscheiden wir uns von den meisten Kreditinstituten. Wir sind anders als Banken, deren Geschäftsmodell ausschließlich darauf ausgerichtet ist, Profit zu erwirtschaften. Seit unserer Gründung vor mehr als 200 Jahren ist es unser Auftrag, Menschen die wirtschaftliche und soziale Teilhabe an der Gesellschaft zu ermöglichen. Die bundesweit 350 Sparkassen und die rund 760 Stiftungen der Sparkassen-Finanzgruppe fördern daher in allen Regionen unseres Landes unzählige Projekte und Initiativen. Mit rund 400 Mio. Euro unterstützte die Sparkassen-Finanzgruppe im Jahr 2022 zahlreiche Projekte des gesellschaftlichen Engagements. Davon kamen rund 114 Mio. Euro sozialen Projekten zugute. • Viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter legen selbst Hand an, um die Lebensqualität in den Kommunen 	<p>Die Sparkasse zeigt ökologisches und soziales Engagement über Finanzgeschäfte hinaus, was durch die deutschlandweite Präsenz gefördert wird.</p>
------------------	---	---

	<p>zu verbessern. Oftmals werden sie dafür im Rahmen ihrer Arbeitszeit freigestellt. Durch die von den Sparkassen zur Verfügung gestellten Mittel kann engagierte und erfolgreiche Integrationsarbeit in den Regionen geleistet werden. (Quelle: <u>Sparkasse - Soziales</u>)</p>	
Volksbank	<ul style="list-style-type: none"> • Die Genossenschaftsidee verbindet seit ihrer Entstehung wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlich nachhaltigem Handeln. Wir fördern den Wandel zu einer nachhaltigen Wirtschaft und handeln zusammen mit unseren Kunden, Mitgliedern und Mitarbeitern in Verantwortung für eine nachhaltige Zukunft. Unser Angebot an nachhaltigen Produkten bauen wir stetig aus. Informieren Sie sich hier zum Beispiel über nachhaltige Spar- und Anlageprodukte oder Kredite. • Wir fördern auf lokaler Ebene zukunftsfähige Projekte. Dabei übernehmen wir Verantwortung zum Beispiel in der Kinder- und Jugendarbeit, für Bildung, Ausbildung und soziale Belange. Regionalen Initiativen bieten wir Raum und Plattformen für Vernetzung und Finanzierung. Damit unterstützen wir die Beiträge dieser Initiativen zu den Zielen des Pariser Klimaabkommens und den UN-Nachhaltigkeitszielen. • Was einer nicht schafft, das schaffen viele. Das gilt für uns auch beim Thema ökologische Nachhaltigkeit. Daher engagieren sich die Volksbanken Raiffeisenbanken schon seit vielen Jahren mit verschiedensten lokalen Projekten für den Klimaschutz. Das Ziel: selbst aktiv einen Beitrag leisten und bei Jung und Alt ein Bewusstsein für die Umwelt zu schaffen. (Quelle: <u>Volksbank</u>) 	<p>Die Volksbank berücksichtigt nicht nur in ihrer Arbeit, sondern bereits ihrer Gesellschaftsform (eG) mehr als nur sich selbst. Ökologische und soziale Belange werden adressiert.</p>

Alle Banken werben mit ihrer nachhaltigen Ausrichtung, sowohl ökologisch als auch sozial. Die Bereitschaft und das tatsächliche nachhaltige Engagement ist schon mal sehr gut zu bewerten. Wie Mitarbeitende und weitere betroffene Personengruppen das Engagement der Banken tatsächlich wahrnehmen, kann an dieser Stelle jedoch nicht herausgefunden und bewertet werden.

Verifizierungsindikatoren

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

2023:

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Sparkasse	Kontokorrent	
Volksbank	Kontokorrent	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Tieferegehende Prüfung der bestehenden Finanzpartner*innen

Durch eine tieferegehende Prüfung der Finanzpartner*innen bspw. durch Informationsbeschaffung über deren Projekte, Gespräche mit Nachhaltigkeitsbeauftragten etc. kann festgestellt werden, ob die Banken tatsächlich so nachhaltig ausgerichtet sind, wie in deren öffentlicher Kommunikation beschrieben.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Berichtsantwort

Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Als Herausforderungen, die notwendige Zukunftsausgaben mit sich bringen, wurden die Themen Fachkräftemangel, Fahrermangel in der Speditionsbranche und eine allgemein nachlassende Leistungsorientierung insbesondere bei geringqualifizierten Arbeitnehmenden ermittelt. Diese sind konträr zum Personalbedarf im Unternehmen. Zur Sicherung und Qualifizierung der Arbeitsplätze wurde in 2023 die Teilautomatisierung des Lagers in zwei Baustufen begonnen. Zudem werden im Schnitt 3-5 LKWs pro Jahr neu gekauft, da sie entweder ihre Lebenszeit überschritten haben oder neue (Öko-)normen gelten.

Diese Aufgaben erfordern einmalig ein Investitionsvolumen von ca. 16 Mio Euro, welches vollständig aus Eigenkapital und Darlehen finanziert wird. Neue LKWs kosten das Unternehmen regelmäßig ca. 1 Mio Euro, welches sich aus der Geschäftstätigkeit finanziert.

Es ist keine zusätzliche Risikovorsorge nötig. Die Darlehen sind abgesichert und der restliche Finanzbedarf liegt selbst mit Kapitaldienst ausreichend unter dem, was das Unternehmen im Jahr als Gewinn erwirtschaften kann.

Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

"Früchte Jork ist ein Familienbetrieb in vierter Generation. Das Lebenswerk und die Geschichte einer Familie und ihrer Mitarbeiter. Das Unternehmen hat als solches den "Eigentümer" überholt und ist ein Lebensinhalt geworden. Auch für die Mitarbeiter, die häufig schon seit Jahrzehnten im Unternehmen sind, ist es ein Anlaufpunkt, der Sicherheit und Wohlstand gebracht hat - seien sie aus dem Raum Isny, oder haben bei Früchte Jork ihren Sprung nach Deutschland geschafft. Die Kapitalerträge müssen den aktuellen Finanzdienst decken, die Reinvestitionen in die Arbeitsmaterialien und die Prämien für unsere Leute. Nach dem Unternehmen stellt sich die Unternehmerfamilie an - und erfreulicherweise auch unser Führungsteam. Das hat sich während Corona gezeigt, als hier geschlossen auf jede Form von Prämie verzichtet wurde." (Zitat Maximilian Jork, Geschäftsführer)

Verifizierungsindikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

2023: 8.605.500 €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

2023: 8.500.000 €

Fällt in der Certa für den Neubau von Lageranlagen ab 2025 an.

Kein direkter Anfall bei FJ. Ähnlichkeit zum Mittelüberschuss zufällig

Getätigter strategischer Aufwand

2023: 12.760.000 €

Fällt in der Certa für den Neubau von Lageranlagen und einer Werkstatt an.

Kein direkter Anfall bei FJ.

Anlagenzugänge

2023: 0 €

Keine Anlagen bei FJ, Anlagevermögen wird in der Certa verwaltet.

Zuführung zur Rücklage

2023: 0 €

Gewinn wird insgesamt thesauriert.

Auszuschüttende Kapitalerträge

2023: 0 €

Abführung in den Konzern

Ausschüttung zur Steuerbedienung in der Certa ca. 2,5 Mio.

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

2023: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfragen

- Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
- Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?
- Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Berichtsantwort

Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?

Im Berichtsjahr 2023 wurde kein Standort von Früchte Jork geschlossen. Außerhalb des Berichtsjahres, in 2006, wurde das Außenlager in Wasserburg aufgrund einer besseren Organisationsstruktur und technologischer Fortschritte in Früchte Jork in Isny integriert, wodurch das Außenlager überflüssig wurde.

Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?

Im Berichtsjahr 2023 wurden keine Arbeitsplätze bei Früchte Jork abgebaut.

Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Zum einen gab es im Berichtsjahr 2023 keine zweistelligen Renditen, zum anderen gibt es keine nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen, an welche Renditen ausgeschüttet werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
- Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Berichtsantwort

Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?

Mit Blick auf die Fachkräftequalifizierung und Arbeitsplatzsicherung gibt es laufende Projekte, die während des Berichtsjahrs 2023 im Gange waren und darüber hinaus noch fertiggestellt werden müssen. Hierzu zählt der Bau eines AKLs (automatisches Kleinteilelager), welches vor allem die Arbeitssicherheit erhöhen soll. Hierfür landete Früchte Jork unter den Top 20 beim deutschen Fachkräftepreis und den Top 3 im Bereich Digitalisierung. Weiterhin wird permanent in eine umweltverträglichere Kühlanlage investiert. So gibt es mittlerweile eine CO₂-Booster Kühlanlage, welche nicht mit Stickstoff oder Propan angetrieben wird. Zuletzt wird in sozialer Hinsicht auch ein stärkerer Fokus auf das Mittagessen für Mitarbeitende gelegt. Bisher gibt es keine typische Kantine, jedoch wurde stattdessen im Jahr 2023 ein Foodtruck "Tante Trude" errichtet. Zudem ist ein neuer Pausenbereich im Außenbereich, v.a. für die Lagermitarbeitenden und Fahrer*innen im Bau. Weiterhin wird das Firmengelände mit insektenfreundlichen Wiesen neu angelegt und Spalierbäume gepflanzt, um die Biodiversität zu fördern.

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Die Projekte sind vollfinanziert aus Darlehen oder aus Eigenkapital von Früchte Jork. Genutzte Förderprogramme sind der Tilgungszuschuss der Förderbank KfW. Teilweise sind Förderprogramme, die interessant wären, für uns derzeit nicht möglich (Ausbau Solaranlagen in unserem Fall nicht förderfähig) oder landesabhängig (Baden-Württemberg zahlt im Gegensatz zu Bayern keine Zuschüsse für das Pflanzen von Obstbäumen).

Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?

Das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte bei Investitionsentscheidungen wird dadurch gesichert, dass es sich in der Regel um Investitionen zum Zwecke der Verbesserung ökologischer und/oder sozialer Themen handelt. Folglich sind diese Themen im Fokus von Investitionen und Innovationen.

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommen?

Während des Berichtsjahrs 2023 und darüber hinaus finden Sanierungen im Lager (AKL), der Kühlanlage sowie dem Pausenbereich und Mittagsangebot statt (siehe Frage 1).

Bereits abgeschlossene Sanierungs- bzw. neue Maßnahmen sind die Installation einer Photo-Voltaik-Anlage mit 900kw peak, ein Blockheizkraftwerk mit Wärmerückgewinnung, die Begrünung der Firmenanlage, welche kontinuierlich vorangetrieben wird, ein Turmfalkenkasten auf dem Dach der Firma sowie das Aufstellen von Bienenkästen.

Die Begrünung der Außenanlagen auf neue Art läuft ebenfalls aktuell.

Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

2023:

Geplante Investition	Betrag (in €)
PV Anlage Werkstatt und Halle 6	500.000
CO2 Booster Anlage Kühlung	1.500.000
Nachhaltige Begrünung Außenanlagen	15.000

Alle Projekte finden erst 2024 ihren Abschluss

Realisierung der ökologischen Sanierung

2023:

Getätigte Investition	Betrag (in €)	Anteil (in %)
PV Anlage Werkstatt & Halle 6	500.000	80
CO2 Booster Anlage Kühlung	1.500.000	65
Nachhaltige Begrünung Außenanlagen	15.000	90

Die Prozentangaben stellen hier nicht den getätigten Anteil des Investitionsbetrags, sondern den Umsetzungsgrad der Sanierungen dar.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
- Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Berichtsantwort

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Keine solidarischen Finanzierungsformen.

Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

-

Verifizierungsindikatoren

Finanzierte Projekte

Es wurden im Jahr 2023 keine Projekte finanziert.

Fonds-Veranlagungen

Es wird in keine derartigen Fonds eingezahlt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

- Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
- Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?
- Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Berichtsantwort

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

Früchte Jork als Handelsbetrieb im Lebensmittelgroßhandel in der Region Allgäu-Oberschwaben produziert nicht selbst, sondern bezieht Ware und vertreibt diese weiter an seine Endkunden. Da wir, wie in A bereits beschrieben, also begrenzte Handlungsmöglichkeiten und Informationen bzgl. der verwendeten Ressourcen in der Produktionskette der Handelsgüter besitzen, können wir diese Ressourcen nicht näher betrachten. Die in der zugehörigen Firma AL-Logistik für die Logistikdienstleistungen aufgewendete Hauptressource ist Diesel, wird in dieser Bilanzierung aber nicht genauer betrachtet. In der Lagerhaltung werden hauptsächlich Kühlmittel und Strom verbraucht. Zur Vernetzung der Mitarbeiter*innen intern und nach außen sind diese mit Telefonanlagen ausgestattet, für welche rare und deren Herstellung häufig kritisierte Ressourcen wie bspw. Kobalt verarbeitet wurden.

Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe, und Treibstoff im Fuhrpark sind in der Regel bekanntermaßen umweltschädlich.

Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?

Da wir einen hohen Stromverbrauch für unsere Anlagen, insbesondere die Kühlung, haben, versuchen wir unsere Firma so autark und ökologisch wie möglich zu betreiben. Hierzu zählt zum einen das eigene Blockheizkraftwerk mit 150 kW zur Wärme- & Kälteerzeugung betrieben mit Biogas. Dessen Abwärme wird zum Beheizen des Firmengebäudes genutzt. Übrige Wärme wird in das öffentliche Nahwärmenetz gespeist und versorgt hiermit 18 Mitarbeitendenwohnungen und weitere Firmengebäude. Hierdurch werden jährlich 60.000 Liter Heizöl und 600.000 kWh Strom eingespart sowie über 330 Tonnen CO₂ vermieden. Kombiniert wird dies mit einer eigenen Photovoltaik-Anlage auf dem Dach.

Zudem haben wir in 2020 den zweiten Platz des KEFFizienzpreises gewonnen.

Die LKW sind auf dem neuesten Stand der Technik und die Fahrer werden regelmäßig geschult, spritsparend zu fahren und die Kühleinheiten energiesparend zu benutzen. Auf Kurzstrecke kommt, wo möglich, ein Elektrofahrzeug zum Einsatz.

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Bezogen auf die für Früchte Jork nicht verzichtbare AL-Logistik besteht das Problem, dass es noch keine Lkws mit entsprechender Leistung aus Reichweite und Kühlaggregat ohne Diesel auf dem Markt gibt. Nach aktuellem Stand wäre also ein kompletter Ausstieg aus fossilen Energieträgern nicht möglich, da der Handelsbetrieb dann nicht mehr betriebsfähig wäre. Bei weiterer Entwicklung der Technologie wäre das Geschäftsmodell hingegen ohne fossile Energieträger möglich, da Früchte Jork (siehe oben) bereits sehr gut mit erneuerbaren Energien auskommt, jedoch wäre der Austausch aller Lkws mit enormen Kosten verbunden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Analyse zur Routenoptimierung

AL Logistik versucht derzeit schon die Routen so zu optimieren, damit Strecken möglichst kurz und effizient sind. Es sollten tiefergehende Analysen der Strecken durchgeführt werden, um bisher unentdeckte Optimierungsmöglichkeiten zu identifizieren und umzusetzen

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?
- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Berichtsantwort

Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Maximilian Jork als beherrschender Gesellschafter ist der einzige Eigentümer des Unternehmens. Er ist als Geschäftsführer direkt für den Erfolg und die Weiterentwicklung des Unternehmens und die Sicherung der Arbeitsplätze seiner Mitarbeitenden im Familienunternehmen verantwortlich.

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Es gibt keine Eigentumsbeteiligung neben dem Inhaber. Mitentscheidung erfolgt durch Open Door Policy in der Führung des Unternehmens, sowie ein Führungsteam aus den Abteilungsleiter*innen. Jede*r Mitarbeitende kann im Rahmen seiner/ihrer Möglichkeiten Prämien erhalten, was die Identifikation mit der Arbeit fördert.

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?

In den nächsten 30 Jahren ist kein Eigentümerwechsel geplant. Das Eigentum liegt in der Familie Jork, die in Teilen an der Geschäftsführung beteiligt ist. Entscheidungen werden in der Familie getroffen und mit dem Führungsteam legitimiert.

Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?

Es wird keine Erweiterung der Eigentümer*innenstruktur gefördert.

Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Maximilian Jork hat im November 2021 alle Gesellschafteranteile der bisherigen Gesellschafter aufgekauft. Für die Sicherheit und den Fortbestand steht er als Kaufmann mit seinem Namen.

Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

2023:

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	100
Führungskräfte	
Mitarbeitende	
Kund*innen	
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	
Summe	100

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

- Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
- Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Berichtsantwort

Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?

Da Früchte Jork kein börsennotiertes Unternehmen ist, besteht kein Risiko einer feindlichen Übernahme. Es hat weder eine solche Übernahme stattgefunden noch ist eine geplant.

Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Früchte Jork ist zu 100% inhabergeführt, wodurch keine feindliche Übernahme zu befürchten ist bzw. durchgeführt werden kann.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C Mitarbeitende

Früchte Jork und der daraus entstandene Konzern Certa, dem auch die AL Logistik untergeordnet ist, in der der Großteil der Arbeitskräfte gewerblich angestellt ist, ist seit 70 Jahren in Isny im Allgäu aktiv und spiegelt damit einen breiten Teil der Demografie wieder.

Das Team im Allgemeinen ist für einen Handelsbetrieb recht jung, allerdings typisch divers mit Menschen verschiedener Herkunftsländer besetzt. FJ und AL haben eine für die heutige Zeit hohe Zugehörigkeit auch im gewerblichen Bereich mit vielen Mitarbeiter*innen, die 10, 20 oder bis zu 40 Jahre im Unternehmen tätig waren.

Der Großteil der Mitarbeitenden lebt in Isny und dem näheren Umkreis von 10km.

Durch arbeitsintensive Prozesse im Lager entsteht hier der größte Pulk an Personal mit ca. 100 Mitarbeiter*innen. In der Vergangenheit wurde auch auf Zeitarbeit zurückgegriffen, die in den letzten Jahren allerdings weitestgehend in das Team integriert wurde.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?
- Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?
- Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Berichtsantwort

Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

Um eine gute interne Kommunikation zu gewährleisten, wird ein Intranet verwendet. Zusätzlich werden Aushänge an Pinnwänden angebracht, damit auch Mitarbeitende, die nicht am PC arbeiten, wie Lagermitarbeitende oder LKW-Fahrer, über wichtige Themen informiert werden. 2023 wurde begonnen, einen neuen Pausenbereich auszubauen, der in diesem Jahr 2024 fertiggestellt werden soll.

Weiterhin werden Jahresgespräche mit allen Mitarbeitenden mit den jeweiligen Abteilungsleitern geführt. Hierbei wird beispielsweise besprochen, was in diesem Jahr gut und was nicht gut lief, welche Herausforderungen das letzte Jahr mit sich gebracht hat und welche Karriere der/die Mitarbeitende anstrebt. Zusätzlich existieren Einarbeitungs- und Feedbackgespräche. Die Einarbeitungsgespräche finden nach dem Onboarding, nach drei

Monaten und nach sechs Monaten (Ende der Probezeit) statt. In diesen Gesprächen wird Feedback von Seiten des/der Arbeitnehmenden und der Abteilungsleitung gegeben.

Eine weitere Maßnahme, um eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur zu gewährleisten, ist die Personalentwicklung. Diese unterstützt die Mitarbeitenden bei Aufstiegsmöglichkeiten. Grundsätzlich ist bei Früchte Jork ein Aufstieg wie beispielsweise vom/von der Auszubildenden bis zur Vertriebsleitung möglich. Durch die Einführung eines automatischen Kleinteilelagers wird eine Arbeitsplatzsicherung, die Weiterentwicklung der Mitarbeitenden und eine Verbesserung der Ergonomie gewährleistet.

Zudem ist im ganzen Unternehmen eine Du-Kultur gegeben. Hierzu gehört auch das "Open Office"-Prinzip, was bedeutet, dass alle Türen offen stehen, auch die der Geschäftsführer.

Die Urlaubstage der Mitarbeitenden betragen 30 Tage. Ab einem Alter von 50 Jahren, 60 Jahren und 65 Jahren erhält man jeweils einen weiteren Urlaubstag, nach dem Prinzip: steigender Urlaub mit steigendem Alter. Auch generell existieren umfangreiche Benefits für die Mitarbeitenden. Diese können der Auflistung im Anhang entnommen werden.

Durch regelmäßige Jour Fixe Termine wird ein guter Austausch zwischen Bereichs- und Abteilungsleiter*innen gewährleistet und eine funktionierende Struktur im Unternehmen für alle Mitarbeitenden sichergestellt.

Außerdem ist ein betriebliches Gesundheitsmanagement vorhanden, welches eine sportliche Aktivität pro Monat für alle Mitarbeitenden anbietet. Zuletzt werden auch Mitarbeiterveranstaltungen organisiert. Z.B. ein großes Sommerfest im Juli für die Mitarbeitenden mit ihren Familien und eine Jahresanfangsfeier im Januar, die statt einer Weihnachtsfeier veranstaltet wird.

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Für den Umgang mit größeren Konflikten existiert ein Mediator im Haus. Dieser nimmt sich den Konflikten an und bearbeitet diese auch im Nachgang. Meistens handelt es sich um kleinere Konflikte die auch im kleinen Kreis geklärt werden können. Fehler und Probleme werden sachlich und in Ruhe besprochen und Verbesserungen erarbeitet. Bei Konflikten gehen die betreffenden Personen sowie der zuständige Abteilungsleiter in ein Gespräch. Als vorbeugende Maßnahme für Konflikte werden regelmäßige Jour Fix Termine mit Führungskräften durchgeführt.

Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Die meisten Aufgaben sind grundsätzlich sehr eigenverantwortlich. Es gibt ein Pensum an Arbeit bzw. bestimmte Aufgaben und deren Abarbeitung erfolgt in Selbstorganisation.

Verifizierungsindikatoren

Fluktuationsrate

2023: 5 %

Zahl bezieht sich auf Früchte Jork.

60 Mitarbeitende (ohne Minijob)

3 Abgänge (ohne Minijob)

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2023: 7 Jahre

Anzahl an Bewerbungen auf Stellenausschreibungen

2023: 615

Alle Stellen konnten besetzt werden.

Insgesamt sind im Jahr 2023 615 Bewerbungen auf Stellenanzeigen eingegangen.

Anzahl an Initiativbewerbungen

2023: 47

Anzahl an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

2023: 0

Eine Befragung wurde nicht durchgeführt.

Es wurde ein System zum Beschwerde- und Vorschlagswesen eingeführt. Mitarbeitende können anonym digital oder in Papierform Vorschläge und Beschwerden einreichen. 2023 gab es keine Beschwerden. Wenn Probleme bestehen, werden diese durch die Mitarbeitenden aufgrund von flachen Hierarchien und dem Open Office Prinzip direkt angesprochen und gelöst.

Zudem werden Exitgespräche mit jeder/m Mitarbeitenden geführt, welche/r das Unternehmen verlässt und der Kündigungsgrund wird empirisch erhoben. Aus diesen Ergebnissen werden Handlungsempfehlungen abgeleitet und Verbesserungen durchgeführt.

Regelmäßigkeit von Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

2023: Anderes

Siehe Indikator "Anzahl an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur".

Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene

2023:

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
FSA-Campus	für alle Mitarbeitende zugänglich	
Produktschulungen	für alle Mitarbeitende	12

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Kick off Veranstaltung	für wechselnd ausgewählte Mitarbeitende und Führungsebene	8
Azubi-Unterricht	Auszubildende	52

FSA-Campus: ähnlich wie Moodle, hier finden Online-Schulungen statt

Produktschulungen: schwerpunktmäßig für Verkauf und Einkauf, hier werden neue Produkte von Lieferant*innen vorgestellt, allgemeine Infos zum Unternehmen und zur Herstellung mitgeteilt

Einmal jährlich findet eine Kick-off Veranstaltung vom Service Bund an wechselnden Standorten statt, Inhalte sind: Neuigkeiten beim Service Bund, allgemeine Informationen, tiefere Themen (z.B. welchen Einfluss hat die Rinderhaltung auf die Landschaft)

Azubi-Unterricht: 1x wöchentlich für alle Azubis, aktuelle Themen aus der Schule werden besprochen, soll unterstützend zur Berufsschule wirken

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mitarbeitendenumfrage einführen

Bisher werden keine Umfragen zum Thema Zufriedenheit am Arbeitsplatz durchgeführt. Zwar gibt es konkrete Abläufe/Vorgehensweisen im Fall von Konflikten, jedoch wären Umfragen als Prävention solcher sinnvoll, zusätzlich auch, um Kündigungen von Seiten der Mitarbeitenden vorzubeugen. Dies kann im ersten Durchlauf relativ simpel gestaltet und im Laufe der Jahre immer detaillierter ausgearbeitet werden. Fragebeispiele:

- Wie zufrieden bist du mit deiner Tätigkeit bei Früchte Jork nach Schulnoten (1 = sehr zufrieden bis 6 = gar nicht zufrieden)?
- Was fehlt dir bei deiner täglichen Tätigkeit/in Arbeitsumfeld?
- Hättest du gerne die Möglichkeit, regelmäßig von Zuhause aus arbeiten zu können?

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

Berichtsantwort

Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?

Im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) wird Folgendes durchgeführt:

Jeden Monat findet eine Maßnahme statt. Es wird versucht, ein breites Programm anzubieten, damit für alle Mitarbeitenden etwas dabei ist. Ziel ist es mit Freude einer sportlichen Aktivität nachzugehen. Beispiele für Aktionen sind: Spinning, Wanderungen, Laufveranstaltungen, Fahrradfahren, etc. Die Teilnahme wird evaluiert, beispielsweise ist der Mai der Laufmonat: hierbei sammelt man als Mitarbeitende*r alle km, die man joggt. Wenn 400 Kilometer als Unternehmen gesammelt werden, spendet Fruchte Jork 500€ an die Plan Aktionsgruppe Allgäu.

Weiterhin kommt zwei Mal im Monat der Betriebsarzt Herr Dr. Lenz ins Unternehmen und bietet eine Sprechstunde im Betrieb an.

Im Bereich des Arbeitsschutzes finden regelmäßig Schulungen statt, die im Rahmen des Qualitätsmanagement dokumentiert werden. Für den Arbeitsschutz der Mitarbeitenden wird zudem durch hochwertige Arbeitskleidung von Engelbert Strauss und Cold Tex sichergestellt. Dies betrifft vor allem die Lagermitarbeitenden, aber auch die Büromitarbeitenden haben Sicherheitsschuhe und dicke Jacken für Gänge ins Lager. Die Sicherheitsschuhe können jährlich ersetzt werden. Hierfür steht Mitarbeitenden ein jährliches Budget von 150,- € p.P. zur Verfügung.

Im Büro sind außerdem höhenverstellbare Schreibtische und ergonomische Stühle vorhanden. Zudem wurde während der Corona-Pandemie eine Luftfilteranlage in den Büros installiert, welche nach wie vor für gute Luftqualität sorgt.

Auch gibt es im Betrieb ausgebildete Brandschutzhelfer*innen, Sicherheitsbeauftragte und Ersthelfer*innen, sowie einen Mitarbeiter als Rettungssanitäter.

Viermal im Jahr findet eine Arbeitssicherheitssitzung statt (ASA Sitzung) in der z.B. Arbeitsunfälle nachbesprochen werden. Zusätzlich gibt es eine externe Sicherheitsfachkraft. Die Berufsgenossenschaft und Gewerbeaufsicht wird von Fruchte Jork regelmäßig zur Sicherheitsüberprüfung eingeladen. 2024 erfolgt eine Zertifizierung zur Arbeitssicherheit ("Sicher mit System und Gesund mit System").

Alle Arbeitsschutz relevanten Maßnahmen werden durch das Qualitätsmanagement dokumentiert und geprüft.

Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

Nachfolgend sind die Herausforderungen mit entsprechenden Maßnahmen aufgelistet.

- Schädigung der Augen: Bildschirme sind mit Blaulichtfilter ausgestattet. Es gibt außerdem einen Zuschuss für eine Bildschirmarbeitsplatzbrille i.H.v. bis zu 250,- €
- Verletzungen durch Kälte im Lager: qualitativ hochwertige Arbeitsschutzkleidung
- Verletzungsgefahr an den Füßen im Lager: Sicherheitsschuhe
- Verkehrsunfälle bei Außendienstmitarbeitenden: Alle Außendienstmitarbeitenden sind als Ersthelfer*innen ausgebildet. Zudem werden die Fahrzeuge regelmäßig in der eigenen Werkstatt gewartet und haben ergonomische Sitze.

Generell wird sich viel um allgemeine Prävention gekümmert. Es finden jährliche Schulungen zur Arbeitssicherheit statt, Erste-Hilfe-Material steht mehr als vorgeschrieben zur Verfügung, zusätzlich existieren Notfallsysteme (fixe Abläufe bei Notfällen, Ersthelfer*in und interner Notruf).

Verifizierungsindikatoren

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2023:

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Gesamtbetrieb	5,65

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

2023: 0 Tage

Zahl wird nicht dokumentiert. Aufgrund der Lebensmittelrichtlinien und der Unternehmensphilosophie gehen wir davon aus, dass nur gesunde Mitarbeitende zur Arbeit kommen.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

2023:

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Allgemein (Firmengruppe)	36
Früchte Jork	1

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

2023:

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
BGM	1
Betriebsarzt	0
ASA Sitzung	8
Arbeitsschutzschulung	2

BGM: freiwilliges Angebot, theoretisch sind 15 Stunden pro Mitarbeiter möglich im Jahr, Teilnahme meistens bei 8-15 Personen, daher Durchschnitt pro Mitarbeiter sehr gering (oben Durchschnittswert). Jeder Mitarbeiter ist dazu angehalten an einer Maßnahme jährlich teilzunehmen.

Betriebsarzt: freiwilliges Angebot 2 Mal im Monat, wird sehr wenig genutzt (oben Durchschnittswert). Die Zeiten werden aus Gründen der Privatsphäre der Mitarbeiter nicht dokumentiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Home-Office ermöglichen

Ein Verbesserungspotential wäre Mitarbeitenden, die aufgrund ihrer Tätigkeit nicht (täglich) vor Ort sein müssen, Home Office zu ermöglichen.

Dies würde zum einen den ökologischen Fußabdruck verringern, da weniger Fahrten mit dem Auto zur Arbeit notwendig wären. Zum anderen ist es für viele ein wichtiges Kriterium das die Zufriedenheit steigert.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
- In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Berichtsantwort

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Stellenausschreibungen sind prinzipiell neutral. Einstellungen erfolgen ausschließlich aufgrund von fachlicher und persönlicher Eignung. Hierbei spielen Geschlecht, Herkunft etc. keine Rolle. Dies ist auch erkennbar an der Vielfalt der verschiedenen Herkunftsländer der Mitarbeitenden.

Insgesamt sind bei der Firmengruppe 30 verschiedene Nationen beschäftigt.

Die Frauen- und Männerquote liegt bei 44% Frauen und 56% Männern.

Das Durchschnittsalter liegt bei 38 Jahren.

Weitere Merkmale wie Religion, Herkunft oder sexuelle Orientierung liegen ganz beim Mitarbeitenden und spielen für uns keine Rolle. Die Religionszugehörigkeit wird lediglich bei der Anmeldung des/der Mitarbeitenden berücksichtigt (z.B. wegen Kirchensteuer).

In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?

Die Unternehmensphilosophie mit unseren Werten als Grundlage des Handelns führt dazu, dass sich niemand benachteiligt fühlt. Sollten Benachteiligungen bekannt werden, werden entsprechende Konsequenzen eingeleitet.

Das Beschwerdewesen steht dennoch zur Verfügung. Sollte es zu einer Benachteiligung kommen, wird diese umgehend aufgearbeitet und entsprechende Maßnahmen ergriffen. Im Jahr 2023 lagen hierzu keine Beschwerden vor. Siehe Open Office-Kultur. Für eine anonyme Handhabung gibt es auch einen Briefkasten mit regelmäßiger Leerung.

Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Bei Früchte Jork existieren prinzipiell flache Hierarchien. Das Open Office-Prinzip wird über die hierarchischen Strukturen hinweg durchgeführt.

Talente werden entsprechend gefördert, wodurch bereits beispielsweise ein Karriereweg vom Auszubildenden bis zum Vertriebsleiter ermöglicht wurde.

Verifizierungsindikatoren

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/ psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

2023:

Führungsteam:

- 1:10 Frauen zu Männer
- Durchschnittsalter 46 Jahre
- Nationalitäten: Deutsch

Unternehmen allgemein:

- 44 % Frauen, 56 % Männer
- Durchschnittsalter: 38 Jahre
- Mitarbeitende mit Behinderung: 1 Person bei Früchte Jork, in der Unternehmensgruppe insgesamt 8 Personen
- Gewerblicher Bereich:
 - Hoher Anteil an Muslimen
 - 80:20 Migrationshintergrund zu Deutsch
- Angestelltenbereich:
 - Ein praktizierender Moslem
 - 90:10 Deutsch zu Migrationshintergrund

Es werden keine weiteren Daten zur sexuellen Orientierung und Religion erhoben.

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/ Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro mitarbeitender Person

siehe C1.2

Spezielle Angebote zum Thema Diversität gibt es nicht.

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

2023:

31.12.2022: Das Allgäu hat 821.995 Einwohner*innen.

Die Altersstruktur der Einwohner*innen ist im Anhang zu finden.

- Jugendliche: Der Anteil der unter 20-Jährigen liegt bei etwa 16%.
- Erwachsene: Die Altersgruppe zwischen 20 und 64 Jahren macht den Großteil der Bevölkerung aus.
- Senioren: Der Anteil der über 65-jährigen beträgt ca. 22%

Der Migrationsanteil bei AL Logistik ist mit ca. 80% deutlich höher, als der von Migranten repräsentierte Bevölkerungsdurchschnitt im Allgäu.

Das Durchschnittsalter bei FJ & AL repräsentiert mit ca. 38 Jahren das Gros der Bevölkerung.

Im Gewerblichen Bereich treten Mitarbeitende häufig aufgrund von gesundheitlichen Themen früher in die Rente ein als im Büro, weshalb es niemanden über 65 gibt und über 60 Jährige fast ausschließlich im Büro und Fuhrpark arbeiten.

Karenzdauer von Müttern

2023: 36 Monate

Karenzdauer von Vätern

2023: 2 Monate

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/ Fluktuationen

2023:

Firmengruppe

Anzahl Mitarbeitende mit deutscher Staatsangehörigkeit	215
Anzahl Mitarbeitende mit anderer Staatsangehörigkeit	146
TOP 3 der anderen Staatsangehörigkeiten	kroatisch, afghanisch, rumänisch

Anzahl Fluktuationen	111
Durchschnittliches Alter	31
Anteil Frauen und Männer	28 % Frauen und 72 % Männer
Staatsangehörigkeiten	diverse Nationalitäten analog zu unserer Firmenstruktur

Anzahl Neueinstellungen	165
Durchschnittliches Alter	30
Anteil Frauen und Männer	23% Frauen und 77 % Männer
Staatsangehörigkeiten	diverse Nationalitäten analog zu unserer Firmenstruktur

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Diversitätsbeauftragte*n bestimmen

Eine*n Diversitätsbeauftragte*n bestimmen, welche*r für alle Anliegen rund um entsprechende Themen Ansprechpartner*in für alle Mitarbeitenden ist.

Anteil von Frauen in Führungspositionen erhöhen

Es könnte der Anteil von Frauen in Führungspositionen erhöht werden, da dieser derzeit recht gering ist. Dadurch könnte Früchte Jork die Chancengleichheit mehr hervorheben.

C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?
- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Berichtsantwort

In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?

Bei Früchte Jork gibt es aktuell keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.

Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) definiert menschenwürdige Arbeit als "Arbeit, die produktiv ist und unter Bedingungen ausgeführt wird, die Freiheit, Gleichheit, Sicherheit und Würde gewährleisten".

Potentielle menschenunwürdige Arbeitsbedingungen wären im Tiefkühlbereich, sofern nicht ausreichende Arbeitsschutzkleidung zur Verfügung gestellt werden würde. Die Kleidung schützt die Mitarbeitenden von der Kälte und sorgt dafür, dass dieser Arbeitsbereich nicht menschenunwürdig ist. Durch den Bau des automatischen Tiefkühlagers wurde diese potenzielle Gefahr beseitigt, da mit der Inbetriebnahme kein/e Mitarbeitende/r mehr in den kalten Bereich muss.

Die Sicherheit des Arbeitsplatzes wäre in Gefahr, wenn wir uns nicht an die gesetzlichen Gegebenheiten halten würden und wichtige Punkte wie beispielsweise Kündigungsschutz oder die Zahlung eines Mindestlohns (unsere Löhne befinden sich über dem gesetzlichen Mindestlohn) halten würden. Hier sehen wir allerdings keine Gefahr, da hier die gesetzlichen Grundlagen immer gewahrt werden.

Die Freiheit und Gleichheit der Mitarbeitenden wäre in Gefahr wenn eine Ungleichbehandlung gegenüber der Mitarbeitenden stattfinden würde. Seitens der Geschäftsführung wird dies stets gewahrt. Sollten einzelne Mitarbeitende dagegen verstoßen, werden entsprechende Maßnahmen ergriffen. Zudem wäre die Freiheit und Gleichheit in Gefahr, wenn Personen aufgrund ihrer Herkunft, Religion oder sexuellen Orientierung diskriminiert würden. Auch hierfür gelten analog zum vorigen Punkt die gleichen Bedingungen. Für diese Punkte sehen wir nur minimal die Gefahr, dass sie von einzelnen Mitarbeitenden nicht gewahrt werden. Sollte dies der Fall sein, werden umgehend Konsequenzen ergriffen, um es nie soweit kommen zu lassen, dass menschenunwürdige Arbeitsbedingungen entstehen.

Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?

Es gibt keine Beschwerden zu menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.

Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Probleme können anonym (Briefkasten) oder persönlich gemeldet werden. Danach erfolgt ein Gespräch mit betreffenden Personen und dem/der Abteilungsleiter*in bzw. Personalleiter*in. Daraus werden entsprechende Maßnahmen abgeleitet und umgesetzt.

Verifizierungsindikatoren

Statement von Betriebsrat und/ oder Personalabteilung zu diesen Fragen

2023:

Menschenwürdige Arbeitsbedingungen sehen wir als absolutes Minimum in der Zusammenarbeit an. Daher ist unser Ziel mit Hilfe zahlreicher Maßnahmen (siehe Leitbild und Übersicht Benefits) eine Atmosphäre zu schaffen, in der jede*r respektiert wird und sich wohlfühlt. Wir möchten unseren Mitarbeitenden Orientierung, Struktur und Perspektive bieten. Unsere Mission ist dabei Sicherheit und beruflichen, wie sozialen Rückhalt auch in privaten Angelegenheiten zu bieten. Als Basis dafür dienen uns unsere Werte (siehe Grafik im Anhang). In der Personalabteilung gab es keine Rückmeldungen, welche auf menschenunwürdige Arbeitsbedingungen hinweisen. Bei einem möglichen Fehlverhalten gegen unsere Werte wird mit den entsprechenden Mitarbeitenden das Gespräch gesucht und eine Lösung erarbeitet. Sollten Mitarbeitende ihr Fehlverhalten nicht ändern, wird das Arbeitsverhältnis beendet.

Gerichtsprozesse/ Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

2023:

Es gab im Jahr 2023 keine Gerichtsprozesse oder Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts.

Anzahl/ Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

2023:

2023 gab es keine Beschwerden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

- Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Berichtsantwort

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?

Grundsätzlich erhalten die Mitarbeitenden bei Fruchte Jork ein Festgehalt. Zusätzlich gibt es eine Anwesenheitsprämie, Erfolgsprämie, Urlaubs- und Weihnachtsgeld, sonstige Prämien (z.B. 70 Jahr Prämie, Inflationsausgleichsprämie), Sonn- und Feiertagszuschläge, Nachtzuschläge und eine Patenprämie.

In der AL-Logistik erhalten die Mitarbeitenden zudem eine Springerprämie, Tourenprämie, Kommissionierprämie sowie eine Tiefkühlprämie.

Der Lohn in der Ausbildung sowie die Einstiegsgehälter nach der Ausbildung und Ausbildungsgehälter sind komplett transparent. Alle anderen Gehälter/Löhne bei Fruchte Jork sind nicht transparent und sehr individuell verhandelbar je nach Arbeitnehmer*in. Betrachtet man die AL Logistik, so sind die Gehälter im Lager und der Kommission aufgrund

feststehender Lohngruppen relativ transparent. Auch bei den LKW-Fahrer*innen ist dies der Fall.

Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?

Einmal im Jahr findet für alle Mitarbeitenden (Auszubildende bis Führungskräfte) ein Gehaltsbenchmark statt. Hier werden Löhne (auch Ausbildungslöhne) mit den regionalen Löhnen verglichen und wir als Unternehmen achten darauf, dass wir über der Benchmark liegen. Die aktuelle Inflation und aktuelle Tarifabschlüsse werden hier auch berücksichtigt.

Damit Mitarbeitende unterstützt werden, werden zudem günstige Darlehen vom Unternehmen angeboten. Außerdem wird Mitarbeitenden vom Unternehmen erschwinglicher Wohnraum in Isny angeboten, der gerade als Starthilfe für ausländische Mitarbeitende genutzt wird. Für Familiennachzug unterstützt die Personalabteilung aktiv bei der Wohnungssuche. Im Zweifelsfall mietet das Unternehmen auch Wohneinheiten, wenn der/die Mietende sonst aufgrund fehlender Grundlagen keinen Mietvertrag erhalten hätte. Durch diese Unterstützung will Früchte Jork das Leben der Mitarbeitenden erleichtern.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

In der AL-Logistik im Lager gibt es verschiedene Lohngruppen, die nach Fähigkeiten gestaffelt sind. Je mehr der/die Mitarbeitende kann, desto mehr kann er/sie verdienen. Hier ist auch die Kommissionierprämie zu erwähnen, welche darstellt, dass je schneller der/die Mitarbeitende kommissionieren kann, desto höher fällt die Prämie aus.

Bei Früchte Jork bieten die Jahresgespräche Gelegenheit, um das letzte Jahr Revue passieren zu lassen und über das aktuelle Gehalt zu sprechen.

Auch gibt es eine höhere Prämie, je mehr Touren man abwickeln kann (= Tourenprämie).

Verifizierungsindikatoren

Höchstverdienst

Mindestverdienst

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

Medianverdienst

Um Missverständnisse vorzubeugen möchten wir diesen Wert nicht angeben.

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

2023:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Isny	1.800

2.300,- € brutto plus Prämien sowie Weihnachts- und Urlaubsgeld - Ausgehend vom niedrigsten bezahlten Gehalt.

Das Unternehmen stellt Wohnungen und unterstützt bei der Wohnraumsuche.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Berichtsantwort

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Zur Arbeitszeiterfassung wird das Programm Avero genutzt. Alle Mitarbeitenden haben einen persönlichen Chip womit sie sich bei Dienstbeginn einstempeln, Pausenzeiten stempeln und sich zum Dienstenende wieder ausstempeln.

Die Gestaltung des Dienstplans erfolgt aktuell noch innerhalb der Abteilungen meist mit Hilfe von Excel.

Arbeitslasten werden möglichst gleichmäßig innerhalb der Kompetenzen verteilt.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Bei Früchte Jork sind Überstunden für den Erfolg des Unternehmens nicht zwingend erforderlich.

Bei der AL-Logistik hingegen werden Überstunden in der Hauptsaison oder bei unvorhergesehenen Situationen wie z.B. Stau aufgebaut. In ruhigeren Zeiten werden diese Überstunden wiederum abgebaut oder finanziell abgegolten.

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Als Mittel zur Erweiterung der Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe können die Mitarbeitenden ihre Arbeitsdienste mit Kolleg*innen tauschen oder auch verkürzen.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Eine selbstorganisierte Arbeitszeit ist nur bei wenigen Mitarbeitenden der Fall, welche z.B. zwischen 7 und 9 Uhr morgens anfangen können. Ansonsten gibt es feste Dienstzeiten, von denen nicht unbedingt abgewichen werden kann. Insbesondere im Ver- und Einkauf und im

Lager. Alles was die AL-Logistik betrifft ist bzgl. der Arbeitszeiten kaum selbst zu organisieren, weil die Arbeitsabläufe einen geregelten und strikteren Zeitrahmen erfordern.

Verifizierungsindikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

2023: 40 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden

2023: 6.900 Stunden

Dieser Wert betrifft den gesamten Konzern.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Gleitzeit-Modelle einführen

Einführung eines Gleitzeit-Modells Früchte Jork für Mitarbeiter*innen, die nicht an festgelegte Arbeitszeiten durch bestimmte Arbeitsabläufe gebunden sind.

Mögliche Abteilungen wären hier: Marketing, Personal, Einkauf, Vertrieb und Ähnliche.

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Berichtsfragen

- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Berichtsantwort

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Bei Früchte Jork gibt es grundsätzlich folgende drei Arbeitsmodelle, die den Mitarbeitenden angeboten werden:

- Vollzeit = 40 Stunden wöchentliche Arbeitszeit
- Minijob/geringfügige Beschäftigung auf 520€-Basis
- Teilzeit = gewünschte wöchentliche Arbeitsstunden nach individueller Abklärung

Bei der AL-Logistik werden den Mitarbeitenden folgende Arbeitsmodelle angeboten:

- Vollzeit = 37,5 Stunden wöchentliche Arbeitszeit (im Lager/Kommission)
- Vollzeit = 37,5, 40 oder 45 Stunden wöchentliche Arbeitszeit (betrifft die Fahrer*innen, Modell ist frei wählbar)
 - Anmerkung zu 45 Stunden wöchentlicher Arbeitszeit: Die 45 Stunden sind im Einklang mit dem Arbeitszeitgesetz. Die Option wird den Fahrern zur Wahl gestellt und bezieht sich auch auf eine 5-Tage-Woche. Unter Berücksichtigung der

Lenkzeiten werden hier zeitintensivere Touren gefahren oder auch zusätzliche Arbeiten verrichtet.

- Vollzeit = 40 Stunden wöchentliche Arbeitszeit (betrifft die Verwaltung)
- Minijob/geringfügige Beschäftigung auf 520€-Basis
- Teilzeit = gewünschte wöchentliche Arbeitsstunden nach individueller Abklärung

Der Arbeitsort ist grundlegend für alle Mitarbeitenden die Firma (vor Ort). In einem bestimmten Maß ist Homeoffice möglich, jedoch nicht zum überwiegenden Teil der Arbeitszeit und nur für bestimmte Abteilungen. Remote Work wurde bisher noch nicht ausprobiert.

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Im Berichtsjahr 2023 wurde der Urlaub für alle Mitarbeitenden auf 30 Tage angehoben, um diesen mehr Freizeit zu ermöglichen. Zudem können Überstunden auch als ganze "Ausgleichstage" ausgeglichen werden. Zuletzt erhalten Mitarbeitende mit 50, 60 und 65 Jahren jeweils einen Urlaubstag mehr.

Verifizierungsindikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

2023:

Arbeitsmodell	Erläuterungen
Vollzeit	(bei Früchte Jork) 40h/Woche
Minijob	geringfügige Beschäftigung, 520€
Teilzeit	Individuelle Absprache der Arbeitszeit und entsprechende Gehaltsreduzierung ausgehend vom Vollzeitgehalt
Vollzeit	(bei AL-Logistik) 37,5h/Woche im Lager/Kommission
Vollzeit	(bei AL-Logistik) Wahl zwischen 37,5h, 40h oder 45h/Woche für die Fahrer*innen
Vollzeit	40h/Woche in der Verwaltung

Anzahl der Führungskräfte/ Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing)

2023:

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Vollzeit 40 Stunden	5	50
Teilzeit 30 bis 39 Stunden	0	3

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Teilzeit weniger als 30 Stunden	0	7
Geringfügige Beschäftigung	0	116

Zahlen beziehen sich nur auf Früchte Jork.

Die hohe Anzahl an geringfügig Beschäftigten kommt dadurch zustande, dass Mitarbeitende der AL Logistik die Möglichkeit haben, über Früchte Jork einen Minijob zu machen. Dieses Angebot nehmen sehr viele Mitarbeitende an, weshalb es zu einer so hohen Anzahl kommt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Home-Office ermöglichen

Ein Verbesserungspotential wäre Mitarbeitenden, die aufgrund ihrer Tätigkeit nicht (täglich) vor Ort sein müssen, Home Office zu ermöglichen.

Dies würde zum einen den ökologischen Fußabdruck verringern, da weniger Fahrten mit dem Auto zur Arbeit notwendig wären. Zum anderen ist es für viele ein wichtiges Kriterium das die Zufriedenheit steigert.

C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
- Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?
- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
- Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Berichtsantwort

Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?

Auf Basis des jährlichen Benchmarkings (siehe C2.1) und der Orientierung an der aktuellen Inflation und Tarifvereinbarung können wir davon ausgehen, dass für alle Mitarbeitenden ein lebenswürdiger Verdienst sichergestellt ist.

Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?

Prinzipiell zählt für die Erreichung von weiteren Karriereschritten das geleistete Engagement und die Effektivität innerhalb der Arbeitszeit. Die Bereitschaft für zusätzliche investierte Arbeitszeit wird insbesondere bei der Erreichung von höheren Karriereschritten positiv gewertet, ist allerdings kein Muss.

Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?

Auszubildende verdienen im

1. Lehrjahr 1.200,- €
2. Lehrjahr 1.300,- €
3. Lehrjahr 1.400,- €

Schüler*innen verdienen 13,- € pro Stunde.

Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?

Ein Risiko besteht für Zeitarbeitende nur insofern, als dass diese schnell ausgetauscht werden können. Anschließend sind diese allerdings durch die Zeitarbeitsfirma abgesichert. Sie bekommen sofort aufgrund des Equal Pay mindestens den gleichen Lohn wie festangestellte Mitarbeitende und können auch fest übernommen werden.

Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Neue Arbeitsverträge werden immer auf ein Jahr befristet. Nach diesem ersten Zugehörigkeitsjahr erfolgt eine erneute Befristung um ein Jahr, gefolgt von einem unbefristeten Vertrag. Dies ist die allgemeine Regelung. Prinzipiell kann die Befristung in Verhandlungen individuell angepasst werden.

Verifizierungsindikatoren

Gewinn

2023: 8.600.000 €

Höchstverdienst

Mindestverdienst

Standortabhängiger „Lebenswürdiger Verdienst“

2023:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Isny	1.800

Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)

2023: 448 Personen

Anzahl der Beschäftigten bezieht sich auf die gesamte Firmengruppe.

Mitarbeitendenanzahl

2023: 256

Anzahl der Pauschalverträge

2023: 0

Anzahl der Null-Stunden-Verträge

2023: 0

Anzahl der Zeitarbeitenden

2023: 4 Personen

Alle Zeitarbeitenden sind in der Logistik angestellt.

Mindestvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

2023: 18 Monate

Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

2023: 18 Monate

Anteil von befristeten Arbeitsverträgen

2023: 24 %

Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen

2023: 24 Monate

Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

2023:

Arbeitsverträge werden auf ein Jahr befristet.

Vor Ablauf dieser Befristung wird der Arbeitsvertrag nochmal um ein Jahr verlängert befristet.

Danach erfolgt ein unbefristeter Arbeitsvertrag.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
- Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?

Berichtsantwort

Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?

Prinzipiell stellen wir in unserem Einzelhandel ein breites Angebot an regionalen Produkten sowie Bio Lebensmittel zur Verfügung. Dieses kann von den Mitarbeitenden gekauft werden. Kostenlos zur Verfügung gestellt wird Obst, hier stellt sich jede Abteilung nach ihrem Geschmack etwas zusammen. In unserem Foodtruck wird aktuell (2024) nur ein sehr geringer Anteil an regionalen oder Bio Lebensmitteln angeboten. Hier möchten wir das Angebot an warmen Gerichten so günstig wie möglich für unsere Mitarbeitenden halten und wir sind darauf angewiesen, auf Convenience-Produkte zurückzugreifen. Diese beiden Aspekte machen es uns schwer auf regionale oder ökologische Produkte zurückzugreifen.

Zusammenfassend kann man sagen, dass den Mitarbeitenden prinzipiell ein Angebot an regionalen und Bio Lebensmitteln in unserem Einzelhandel gemacht wird, ob sie dies allerdings nutzen, liegt bei ihnen.

Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?

- Kantine: Im Berichtsjahr 2023 hatten wir noch keine Kantine. Im Februar 2024 haben wir uns als Ersatz für eine Kantine einen kleinen Foodtruck angeschafft. Hier gibt es täglich wechselnde Mittagsgerichte. Jeden Tag gibt es eine vegetarische Alternative. Soweit möglich wird bei dem Gericht mit Fleisch auch darauf geachtet, dass es kein Schweinefleisch ist. Die Gerichte sind überwiegend hochwertige High-Convenience-Produkte. Täglich wird auch ein gemischter Salat angeboten. Zudem gibt es täglich die Auswahl aus dem Brotzeitangebot mit belegten Semmeln, Brezen, Leberkäsemmel etc.
- Kochmöglichkeit: Jede Abteilung verfügt über einen Gemeinschaftsraum, der mit einer Küchenzeile ausgestattet ist. Es gibt dort den Zugang zu Wasser, Kaffee, Tee, Kühlschrank und Mikrowelle.
- Obstkorb: Jede Abteilung hat die Möglichkeit, sich im Einzelhandel einen individuellen Obstkorb zusammenzustellen. Hierbei können auch Bioprodukte ausgewählt werden.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

2023: 10 %

Hier handelt es sich um eine Schätzung.

Herangehensweise: zunächst wurde das Verhältnis von konventionell : ökologisch im allgemeinen Produktportfolio betrachtet.

Das selbe wurde für unseren Einzelhandel gemacht, welcher v.a. als Verkauf von Lebensmitteln für Mitarbeitende in Pausen und privat dient. Hier zeigt sich ein größerer Anteil an Produkten aus biologischer und regionaler Herkunft.

Betrachtet man unseren Foodtruck, so greifen wir hier sehr stark auf hochwertige Convenience-Produkte zurück, da nicht frisch gekocht werden kann und somit kein so großer Anteil bio/regional ist.

Vereint man Foodtruck und den Einzelhandel, so kann insgesamt von ca. 10% Angebot an Produkten ökologischer Herkunft für die Mittagspause ausgegangen werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mitarbeitendenrabatt auf biologische Lebensmittel im Einzelhandel

Mitarbeitende können bereits rabattiert und mit einem monatlichen Wertgutschein im Früchte Jork Einzelhandel einkaufen, auch ihr Mittagessen. Um sie noch mehr für hochwertige biologische Lebensmittel zu begeistern, welche häufig recht teuer sind, sollte der Mitarbeitendenrabatt für Bio-Produkte noch höher gesetzt werden.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
- Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Berichtsantwort

Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Da wir bisher keine Zahlen dazu erhoben haben wie unsere Mitarbeitenden zur Arbeit kommen, möchten wir es anhand der vorliegenden Daten über Geschäftsautos, Fahrtkostenzuschuss und Entfernung zum Arbeitsplatz herleiten:

Zahlen beziehen sich auf die Firmengruppe (256 Mitarbeitende)

Anzahl Mitarbeitende mit Geschäftsauto	55 (21,48 %)
Anzahl Personen mit Fahrtkostenzuschuss (gibt es ab 3 km Entfernung zum Arbeitsplatz und bekommen nur Personen ohne Geschäftsauto)	93 (36,33 %)
Anzahl Personen mit einem Weg zur Arbeit < 1 km	35 (13,67 %)

Von diesen Angaben ausgehend kann man interpretieren, dass die beiden Personengruppen, welche ein Geschäftsauto haben oder einen Fahrtkostenzuschuss bekommen, überwiegend mit dem Auto zur Arbeit kommen. Das macht zusammen einen Anteil von 57,81 % aus. Bei allen Mitarbeitenden, die einen kürzeren Arbeitsweg als 1 km haben, ist davon auszugehen, dass diese überwiegend zu Fuß oder mit dem Fahrrad zur Arbeit kommen. Das macht einen Anteil von 13,67 % aus. Von 28,52 % können wir keine Mutmaßung anstellen, wie diese zur Arbeit kommen.

Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?

Wir haben uns im Portal PENDLA registriert und dies im Unternehmen beworben. Auf dieser Seite kann sich jede*r mit seinem/ihrer Arbeitsweg registrieren. Hierbei kann angegeben werden, ob und wie viele freie Plätze man im eigenen Auto hat oder ob man selbst nur auf der Suche nach einer Mitfahrgelegenheit ist. Über das Portal kann dann Kontakt aufgenommen und so Fahrgemeinschaften gebildet werden.

Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Seit Januar 2024 wird den Mitarbeitenden angeboten, sich über das Bike-Leasing zu günstigen Konditionen ein Fahrrad ihrer Wahl zu leasen. Die Abrechnung hierfür erfolgt über die Lohnabrechnung.

Bei Dienstreisen wird als Verkehrsmittel soweit möglich immer die Bahn gewählt. Ausgenommen hiervon sind Kundenbesuche und Fahrten des Außendienstes.

"Mit dem Fahrrad zur Arbeit": Bei dieser Aktion nimmt Fruchte Jork jedes Jahr teil und schreibt selbst im Unternehmen nochmal Preise für diejenigen aus, welche die meisten Fahrten mit dem Fahrrad zur Arbeit bzw. die meisten km zurückgelegt haben.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Anreise mit PKW/ öffentlichen Verkehrsmitteln/ Rad/ zu Fuß

2023:

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	13,67
Rad	

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
PKW	57,81
Öffentliche Verkehrsmittel	
Summe	

Bei 13,67 % ist davon auszugehen, dass sie entweder zu Fuß oder mit dem Fahrrad kommen.

57,81 % kommen mit großer Wahrscheinlichkeit mit dem Auto zur Arbeit.

Von 28,52 % ist unklar wie diese zur Arbeit kommen. Hier ist zu erwarten, dass ein Großteil ebenfalls mit dem Auto kommt, ein kleinerer Anteil mit dem Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln und aufgrund der Entfernung von 1-3 km vermutlich die wenigsten zu Fuß.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ladesäulen für E-Autos / E-Bikes zur Verfügung stellen

Die Ladesäulen zur Verfügung stellen, um somit die Nutzung von E-Bikes und E-Autos zu unterstützen

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?
- Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Berichtsantwort

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Wir sind als Unternehmen sehr bemüht, unseren ökologischen Fußabdruck so gering wie möglich zu halten. Da die Lebensmittellogistik prinzipiell eine Umweltbelastung darstellt, versuchen wir das durch Reinvestitionen sukzessiv zu reduzieren. So wurde beispielsweise in eine großflächige Photovoltaik-Anlage auf den Dächern und in ein eigenes Blockheizkraftwerk investiert, durch welche mehr als 330 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart werden konnten. Hierdurch möchten wir für unsere Mitarbeitenden als gutes Beispiel in der Nutzung von nachhaltigen Energiequellen vorangehen. In ihrem Arbeitsalltag werden die Mitarbeitenden mit weiteren ökologischen Maßnahmen konfrontiert wie unsere Nutzung von

nachhaltigen Verpackungen und Mehrwegkosten, der Kauf von regionalen Produkten und die Spenden von Lebensmitteln an die Tafel. Durch die Informationen in der Ersteinweisung (siehe Beschreibung unterhalb) werden die Mitarbeitenden zusätzlich dazu angehalten, ökologische Aspekte in ihrem Arbeitsalltag zu berücksichtigen. Darüber hinaus werden Aktionen wie gemeinsames Müllsammeln, "Mit dem Fahrrad zur Arbeit" oder auch als Benefit das Leasing von Jobrädern angeboten, um dadurch die Mitarbeitenden für ökologische Themen zu sensibilisieren.

Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?

Weiterbildungen werden nach Möglichkeit vor Ort oder online angeboten. Bei Weiterbildungen an einem anderen Ort werden Mitarbeitende angehalten, die öffentlichen Verkehrsmittel zu nutzen.

Derzeit finden keine speziellen Weiterbildungsangebote zu ökologischen Themen statt. Allerdings findet eine einmalige Schulung zum Thema ökologisches Verhalten bei der Ersteinweisung statt. Weiterhin wird das Thema Nachhaltigkeit im Rahmen der Personalrekrutierung aufgegriffen und wir werben mit unserem ökologischen Handeln. Im Bereich der Logistik wurde im Jahr 2023 die Nutzung des Systems "Orbcomm" intensiviert, welches dazu beitragen soll, Diesel bei den LKWs einzusparen. Hier wurden auch Mitarbeitende entsprechend geschult.

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Neu eingestellte Mitarbeitende werden im Rahmen der Ersteinweisung zu folgenden Themen sensibilisiert:

- Mülltrennung
- Nutzung von ökologischen Verkehrsmitteln zur Arbeit
- Umweltschonendes und Ressourcenschonendes Arbeiten.
- Stoßlüften
- Papier beidseitig verwenden
- Strom sparen - PC und Licht aus wenn man es nicht benötigt

Informationsmaterial zu den Themen hierzu wird den Mitarbeitenden digital zur Verfügung gestellt.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Es wird auf nachhaltige Verpackungen im Einzelhandel geachtet. Außerdem bietet Früchte Jork Mehrwegverpackungen im Einzelhandel und bei dem Foodtruck an. Früchte Jork handelt nach dem Grundsatz "Mit gutem Beispiel voran gehen". Dies wird ausgelebt, indem beispielsweise nachhaltige Energiequellen genutzt werden.

Verifizierungsindikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten

2023: 100 %

Jede*r Mitarbeitende bekommt die Verhaltensregeln im Rahmen der Ersteinweisung. Die Unterlagen dazu werden den Mitarbeitenden auch digital zur Verfügung gestellt.

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden

2023: 20 %

Als ökologisches Betriebsangebot gab es im Jahr 2023 die Aktionen: "Mit dem Rad zur Arbeit", das Portal "Pendla" und eine Müllsammelaktion.

Pendla wurde fast gar nicht genutzt, bei der Aktion "mit dem Rad zur Arbeit" und bei der Müllsammelaktion gab es ein paar Teilnehmende.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mitarbeitende schulen und ihr Engagement fördern, sich an den Nachhaltigkeitsbemühungen zu beteiligen

Explizite Schulungen in ökologischen Themen anbieten. Außerdem Schulungen anbieten, die die Mitarbeitende dazu anregen, sich mehr für die Nachhaltigkeit zu engagieren.

C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfragen

- Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Berichtsantwort

Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Geschäftsfahrzeuge:

Bezüglich der Geschäftswagen bei Früchte Jork gibt es folgende Aufteilung:

Gesamt 2023: 55

Diesel: 41

Benzin: 13

E-Auto: 1

Konsumangebot mit hohem Verpackungsmaterial:

Bei allen Verpackungen, auf die wir Einfluss haben, beispielsweise Mittagsgerichte, Brotzeit, offenes Obst und Gemüse im Einzelhandel, verwenden wir nachhaltige Lösungen wie Mehrwegschalen oder Papierverpackungen.

Bei Verpackungen, auf die wir keinen Einfluss haben, wie etwa bei Schokoriegeln, sind wir dazu gezwungen, diese auch in Plastikverpackungen anzubieten.

Verbote für die Nutzung ökologisch nachhaltiger Produkte:

Es gibt kein Verbot für die Nutzung ökologisch nachhaltiger Produkte. Die Nutzung dieser wird vielmehr unterstützt.

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO₂)

2023: Nein

Angabe ist nur auf Geschäftsauto der Firmengruppe bezogen. Nicht auf die Lkws.

Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen

Keiner der oben genannten Punkte trifft auf uns zu.

Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist

Es gibt keine Geschäftsregel, die ökologisch Schlechterwertiges anregt, obwohl Besserwertiges verfügbar ist.

Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen

Für Konsumangebot, bei welchem wir Einfluss auf die Verpackung haben, wird ökologisch nachhaltiges Material oder Mehrwegverpackungen genutzt.

Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte

Es gibt kein Verbot für die Anwendung von ökologisch nachhaltigeren Produkten.

Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.)

2023: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ladesäulen für E-Autos / E-Bikes zur Verfügung stellen

Die Ladesäulen zur Verfügung stellen, um somit die Nutzung von E-Bikes und E-Autos zu unterstützen

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

- Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

- Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?
- Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?
- Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Berichtsantwort

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Alle Mitarbeitende arbeiten auf einem Server und haben auf ein gemeinsames Laufwerk Zugriff. In diesem Laufwerk befinden sich verschiedene Ordner. Für jeden dieser Ordner braucht der/die jeweilige Mitarbeitende eine Freigabe. Die Ordner sind aufgeteilt nach Abteilungen bzw. Fachbereiche. Man kann sagen, dass über das Laufwerk jede*r Mitarbeitende auf alle Daten, die er für seine tägliche Arbeit benötigt Zugriff hat.

Informationen und Unterlagen vom Service Bund werden im Intranet "Eagle Net" vom Service Bund zur Verfügung gestellt. Hier gibt es auch spezielle Berechtigungen.

Die Kommunikation von Neuigkeiten intern erfolgt über das Intranet sowie über E-Mail.

Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?

Mitarbeitende können auf die für sie freigeschalteten Informationen sehr leicht zugreifen. Der Zugriff erfolgt immer über den PC. Die einzige mögliche Hürde stellt der Umgang mit dem PC dar.

Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zur freien Verfügung? Wieso nicht?

Es stehen solche Daten Mitarbeitenden nicht zur Verfügung, welche aus datenschutzrechtlichen Gründen von diesem/dieser Mitarbeitenden nicht gesehen werden dürfen. Aufgrund der sonst zu hohen Informationsflut werden Informationen, die nicht die Abteilung des Mitarbeitenden betreffen, nicht freigeschaltet.

Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Kennzahlen zum Umsatz des Unternehmens können im System abgerufen und bei Unklarheiten der Abteilungsleiter angesprochen werden.

Löhne sind im Bereich Ausbildung, Einstiegsgehälter nach der Ausbildung, Lohngruppen im Lager, Kommission und Fahrer transparent.

Verifizierungsindikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

2023: 50 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

- Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?
- Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?
- Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Berichtsantwort

Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?

Führungskräfte werden nicht vom Team gewählt. Es gibt zwei Varianten, wie neue Führungskräfte eingesetzt werden können.

Variante A: Führungskräfte werden von außen eingestellt. Hier wird die Auswahl von (der überstellten Führungskraft,) Personalleitung und Geschäftsführung getroffen.

Variante B: Mitarbeitende aus dem Team werden zur Führungskraft befördert. Hierbei wird die Person nicht vom Team gewählt, allerdings spielt das Verhalten und die Beliebtheit der potentiellen Führungskraft im Team, neben ihrer fachlichen Eignung, auch eine Rolle. Auch hier wird die Auswahl von (der überstellten Führungskraft,) Personalleitung und Geschäftsführung getroffen.

Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?

Teammitglieder haben die Möglichkeit, geeignete Personen als Führungskräfte vorzuschlagen. Zudem ist es natürlich auch möglich, Kritik an Führungskräften zu äußern.

Es ist wichtig, dass eine Führungskraft auch menschlich zum Team passt. Es soll allerdings vermieden werden, dass eine Person nur auf Basis der "Beliebtheit" im Team als Führungskraft ausgewählt wird. Die fachliche Eignung spielt für uns eine große Rolle. Zudem erleichtert es die Arbeit der Führungskräfte, wenn sie von einer übergeordneten Position ausgewählt wurden und ihre Position nicht von der Beliebtheit im Team abhängig ist. So kann ein möglicher Interessenskonflikt zwischen den Interessen des Teams und den Interessen der Geschäftsführung vermieden werden.

Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Beschwerden von Mitarbeitenden über eine Führungskraft werden ernst genommen, entsprechend aufgearbeitet und mit der betreffenden Führungskraft besprochen. Positives Feedback über Führungskräfte wird diesen positiv angerechnet.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Gespräch/ Mitgestaltung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden

2023: 50 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

360-Grad-Feedback einführen

Alle Mitarbeitenden im die Führungskraft betreffenden Bereich sollten angehört werden, um entscheiden zu können, ob die Führungskraft ihrer Position gewachsen ist oder nicht.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?
- Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?
- Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Berichtsantwort

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

Jede*r Mitarbeitende hat eine Entscheidungsfreiheit innerhalb seines Bereichs:

Im Verkauf haben die Mitarbeitenden des Innen- und Außendienstes zugeordnete Kund*innen, bei denen eigene Entscheidungen bzgl. Rabatten möglich sind (z.B. bei Produkten, die auf der MHD-Liste stehen; bei Topkunden, denen etwas Gutes angeboten werden soll, gerade bei Obst oder Gemüse, aufgrund der schwankenden Preise)

Im Einkauf haben die Mitarbeitenden einen eigener Lieferant*innenkreis, führen Jahresgespräche mit Lieferant*innen und führen selbst Verhandlungen durch.

Die Mitarbeitenden im Einkauf von Obst und Gemüse haben einen gemeinsamen Lieferant*innenkreis. Sie können hier eigenständig Verhandlungen und Qualitätsprüfungen durchführen. Mitarbeitende mit gleichem Lieferant*innenkreis sind stärker miteinander vernetzt, damit sie gegenseitig füreinander einspringen können. Die Einkäufer*innen brauchen viel Entscheidungsspielraum bei den Verhandlungen.

Bei Unternehmensentscheidungen existiert keine direkte Einbeziehung von Mitarbeitenden. Es können jedoch Ideen und Inputs von Mitarbeitenden kommen, jedoch erfolgt die Entscheidung und Umsetzung durch Führungskräfte.

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Im gewerblichen Bereich/AL Logistik:

Im Lager und im Fuhrpark gibt es Lager-, Kommissionier- bzw. Fahrersprecher*innen. Diese wurden vom jeweiligen Team gewählt und vertreten dieses bei Abteilungsleitung,

Personalleitung und Geschäftsführung. Es finden regelmäßig Meetings mit den Sprecher*innen und der Abteilungsleitung, Personalleitung und Geschäftsführung statt. Hier können aktuelle Probleme und Herausforderungen angesprochen und gemeinsam Lösungen erarbeitet werden.

Das Führungsteam bei Früchte Jork besteht aus den drei Verkaufsleitungen und den beiden Einkaufsleitern. Diese vertreten ihre Teams vor der Geschäftsführung und verbinden hier die Interessen der Teams mit denen der Geschäftsführung.

Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Mitarbeitende werden dazu ermutigt, innerhalb ihres Bereichs eigene Entscheidungen zu treffen, um schnelle Lösungen zu erarbeiten und dadurch eine höhere Kundenzufriedenheit zu erreichen.

Verifizierungsindikatoren

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

2023: 70 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Information über Entscheidungen im Intranet

Über Entscheidungen/Innovationen etc., die in der Führungsebene beschlossen werden, sollte mindestens im Intranet informiert werden. Mitarbeitenden sollte hier ermöglicht werden, eine (fachlich) begründete Meinung zu einer Entscheidung abzugeben, sollte diese in seinen/ihren Augen nicht optimal für das Unternehmen und die Angestellten sein.

C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

- Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?
- Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?
- Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Berichtsantwort

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Nein, es gibt keinen Betriebsrat. Bisher gab es weder den Wunsch der Mitarbeitenden nach ein Gründung, noch gab es größere Konflikte die einen Betriebsrat benötigt hätten. Unser Ziel ist die direkte Kommunikation zwischen Führungskräften/Geschäftsführung und Mitarbeitenden. Kritik und Wünsche werden jederzeit entgegen genommen und nach Möglichkeit umgesetzt.

Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?

Die Unternehmensphilosophie mit flachen Hierarchien und Open Office Prinzip soll eine angenehmen und lockere Atmosphäre erzeugen, worin sich jede*r Mitarbeitende traut, seine/ihre Probleme offen anzusprechen. Dadurch soll die Einheit als Team inkl. Führungskräfte und Geschäftsführung gestärkt werden.

Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Da im Unternehmen eine sehr gute Atmosphäre herrscht und auch noch nie der Wunsch eines Mitarbeitenden aufkam, wurden bisher keine Maßnahmen ergriffen um eine Gründung zu unterstützen.

Verifizierungsindikatoren

Betriebsrat: vorhanden/ nicht vorhanden

2023: Nein

Betriebsrat vorhanden: seit wann?

Es ist kein Betriebsrat vorhanden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D Kund*innen und Mitunternehmen

Früchte Jork ist ein Handelsunternehmen, das sich auf die Belieferung von Gastronomie, Hotellerie und Großverbraucher mit Lebensmitteln und anderen Bedarfsgütern der genannten Branchen spezialisiert hat. Andere Großhändler sowie kleine Einzelhändler gehören ebenfalls zum Kundenklientel, machen zusammen allerdings <15% des Umsatzes aus.

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?
- Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Berichtsantwort

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Neue Kund*innen werden durch die Vertriebsmitarbeitenden gewonnen. Meist findet hier ein persönlicher Besuch bei den potentiellen Kund*innen durch eine*n Außendienstmitarbeitende*n statt. Sollte Interesse bestehen, werden potentielle Kund*innen zu uns ins Haus eingeladen, um sich einen authentischen Eindruck von uns machen zu können.

Um eine gute Beziehung aufzubauen und bestmöglich auf die Wünsche der Kund*innen einzugehen, werden allen Kund*innen feste Ansprechpersonen im Innen- und Außendienst zugewiesen, durch welche die Betreuung der Stammkund*innen erfolgt.

Um Stammkund*innen besonders wertzuschätzen und die Beziehung weiter zu stärken, werden kleine Kund*innenveranstaltungen durchgeführt. Im Jahr 2023 war dies beispielsweise ein Event zum Thema "Angrillen", bei dem in lockerer Atmosphäre mit den Kund*innen gesprochen wurde und neue Produkte vorgestellt wurden. Zusätzlich haben wir im Rahmen der Kennenlernwochen Bestandskund*innen verstärkt ins Haus eingeladen, um ihnen möglichst transparent unsere Arbeitsweisen zu zeigen und sie zur Erweiterung ihres Sortiments zu beraten.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Da uns eine langfristige partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen wichtig ist, ist es unerlässlich, den Interessen der Kund*innen bestmöglich nachzukommen. Im Ein- und Verkauf arbeiten zudem viele Mitarbeitende aus der Gastronomie-Branche, wodurch ein hohes Verständnis für die Bedürfnisse der Kund*innen gegeben ist.

In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?

Bei Werbung und im Verkaufsprozess wird immer darauf geachtet, unsere ethischen Grundsätze einzuhalten. In der Werbung wird beispielsweise darauf geachtet, dass eine integrative Ansprache erfolgt und auch im Bildmaterial die Vielfalt unserer Mitarbeitenden dargestellt wird.

Im Verkauf werden nur Produkte angeboten, von deren Qualität wir überzeugt sind. Es werden keine Produkte (wie beispielsweise lebender Hummer oder Gänsestopfleber) verkauft, deren Produktion bzw. weitere Verarbeitung wir ethisch nicht vertreten können.

Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Kund*innen haben die Möglichkeit eine Reklamation per WhatsApp mit Foto zu melden. Die Reklamation wird anschließend von einer/m Mitarbeitenden im Verkauf bearbeitet. Kund*innen können sich auch direkt telefonisch oder per Mail an deren Ansprechperson wenden.

Wenn Ware bei der Lieferung fehlt, falsch geliefert wird oder keine ausreichende Qualität hat, wird diese schnellstmöglich ersetzt bzw. nachgeliefert. Brauchen Kund*innen die Ware

dringend, so fährt am selben Tag nochmal jemand die Ware aus. Ansonsten erfolgt die Nachlieferung am darauffolgenden Tag.

Die Qualität der Reklamationsbearbeitung stellt einen wichtigen Baustein der erfolgreichen Kundenbeziehungen von Früchte Jork dar und nimmt häufig den Punkt des größten Lobes in Kundengesprächen ein.

Verifizierungsindikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

2023:

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Marketingbudget gesamt: Flyer, Multimedia, Kunden, Mitarbeiterveranstaltungen	34.000	100

Aktuell gibt es kein festgelegtes Budget für Marketingmaßnahmen.

Es werden lediglich die Gesamtausgaben dokumentiert und mit der GL besprochen.

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2023: 100 %

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2023: 0 %

Prämien sind ein klarer Bestandteil der Entlohnung, allerdings werden weder Provisionen gezahlt, noch sind die Prämien in ihrer Höhe fest gelegt. Mitarbeitende können in der Regel mit der Vorjahresprämie rechnen. Fällt diese niedriger aus, wird der Grund dafür im Jahresgespräch klar erläutert.

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

2023: Ja

Allerdings nur auf Ebene der Marktbearbeitung für das Führungsteam Verkauf. Einzelne Mitarbeitende haben keine Vorgaben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Gemeinwohl-Orientierung auf Website kommunizieren

Sobald diese GWÖ-Berichtslegung fertiggestellt ist, sollte diese auf der Webseite für alle Interessierten sichtbar platziert werden. Dies zeigt nicht nur auf, wie sich Früchte Jork schon in den verschiedensten nachhaltigen Gesichtspunkten engagiert und Verbesserungen

anstrebt, sondern ist zugleich ein Faktor, um neue Mitarbeitende und Kund*innen zu gewinnen, da man sich mit den Inhalten von anderen Marktteilnehmenden abhebt.

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

- Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?
- Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?
- Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?
- Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?

Berichtsantwort

Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

90% des Umsatzes werden im persönlichen Gespräch mit dem Innen- bzw. Außendienst erwirtschaftet. Durch den hohen Grad an persönlicher Beratung können Hürden weitestgehend abgebaut werden.

Missverständnisse aufgrund von Sprachbarrieren o.ä. werden kundenfreundlich als Reklamation ausgeglichen.

Der Webshop stellt durch simple Handhabung und zahlreiche Bilder und Zusatzinformationen ebenfalls einen hohen Informationsgrad dar, der Hürden abbauen könnte.

Die Belieferung erfolgt durch erfahrene Fahrer, die nach Rücksprache auch Ware verräumen, wenn dies dem Kunden aus körperlichen o.ä. Gründen nicht möglich ist.

Da es sich hauptsächlich um Lebensmittel für den Einsatz in Gastronomie, Hotellerie etc. handelt und keine Endverbraucher angesprochen werden, sind die Kunden darauf ausgelegt, mit den entsprechenden Produkten umgehen zu können. Es sollten keine Hürden im direkten Umgang/in der Handhabung der Produkte bestehen.

Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

Es werden nicht explizit Benachteiligungen im Kund*innenbereich abgefragt, denn fast der gesamte Umsatz läuft B2B. Durch die Gastronomie als Zielgruppe erreichen wir jeden Bereich der Gesellschaft. Sprachbarrieren sind im Lebensmittelgroßhandel und der Gastronomie üblich und ihre Überwindung gelebte Übung.

Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?

Kund*innen, die der deutschen Sprache nicht mächtig sind, wird ein*e zumindest englischsprachige*r Verkäufer*in zugeteilt. U.U. sind auch andere Sprachen wie Polnisch, Kroatisch oder Türkisch möglich, da entsprechende Kolleg*innen bei Früchte Jork vorhanden

sind. Somit können sprachliche Barrieren überwunden/umgangen werden und den Kund*innen wird der Zugang zu bzw. die Nutzung der Produkte erleichtert.

Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?

Die Konditionen und der Service bei Früchte Jork richten sich in ihrer Gestaltung nach Kundenart und Umsatzpotenzial. Individuelle Preisverhandlungen laufen danach nach Top Artikeln und Bedarfsmengen.

Projekte mit sozialem Hintergrund, wie bspw. Vesperkirchen und Begegnungsstätten, erhalten in Rücksprache mit der Geschäftsführung in der Regel Preisstellungen, die ihrem Non-Profit-Charakter entsprechen.

Verifizierungsindikatoren

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

Nicht zu erfassen, da "Benachteiligung" im Kundenkreis nicht erfasst wird und Sprachbarrieren in der Branche üblich sind.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Incentivierung für Unternehmen mit Gemeinwohlnacharakter anbieten

Unternehmen, die einen gemeinwohlorientierten Charakter haben, noch weiter in der Preisstellung oder durch Incentives unterstützen.

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Berichtsantwort

Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?

Werbung wird auf Produktbasis als Katalog herausgegeben. Dadurch wird sehr viel Papier verwendet. Unsere Zielgruppe ist allerdings zum großen Teil analog unterwegs und daher ist Printwerbung für uns derzeit noch ein sehr wichtiger Bestandteil. Nachhaltiger wäre nur digitale Werbung. Jeden Folder gibt es bei uns auch in digitaler Version auf der Webseite. Sobald diese stärker angenommen werden, wird die Anzahl der Printartikeln verringert. Ansonsten besteht an dieser Stelle kein Risiko.

Der einzig kritische Punkt ist, dass wir uns von Kund*innen Rechnungen der Konkurrenz geben lassen und diese explizit unterbieten. Dies stellt im Kern einen Vertrauensbruch des/der Kunden/in zum konkurrierenden Lieferanten dar. Dies könnte als ethisch kritisch gesehen werden, ist derzeit aber üblich in der Branche. Die ethische Alternative wäre es, dieses Vorgehen abzustellen.

Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus geht die Imagewerbung von Früchte Jork, die das Unternehmen als den regionalen Lieferanten des Vertrauens und interessanten, in der Umgebung verwurzelten Arbeitgeber zeigt. Diese Informationen werden vor allem in den sozialen Medien dargestellt. Dieser Informationskanal dient nur zu einem geringen Teil der Darstellung neuer und bestehender Produkte und viel mehr dem Zweck, die Werte des Unternehmens darzustellen sowie Einblicke in den Arbeitsalltag zu geben. Hierbei werden die Werte sowie ethischen Grundsätze von Früchte Jork jederzeit eingehalten.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen

2023: 100 %

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen

2023: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?
- Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Berichtsantwort

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Kooperationen finden in verschiedenen Bereichen statt:

In der Branche: Hier wird mit dem Servicebund kooperiert, welcher aus 30 Gesellschaftern besteht und dessen Zentrale in Lübeck sitzt. Zudem wird mit den Partnern im EU Ausland kooperiert. Diese Form der Kooperation zielt auf eine bestmögliche Marktbearbeitung, vorteilhafte Synergien im Einkauf und interne Abläufe ab.

Mit Unternehmen aus dem direkten Umfeld: In diesem Feld wird zunächst mit Lieferant*innen wie der Bäckerei Mayer in Isny, Fleischwaren Buchmann, der Kellerei Steinhauser und vielen weiteren zusammengearbeitet. Ziel dieser Zusammenarbeit ist eine gemeinsame Marktbearbeitung für gemeinsamen Erfolg. Zusätzlich wird mit Handwerkern zusammengearbeitet, so z.B. Schlossereien, Bauunternehmen oder Ingenieuren aus dem Allgäu. Angestrebt wird, den Wohlstand in der Region zu halten und vertrauensvolle Partnerschaften aufzubauen.

Mit Mitbewerber*innen: Es wird mit Mitbewerber*innen wie dem Gemüsering, einzelnen GAFA Partnern und mehreren kleinen Lieferant*innen zusammengearbeitet. Es wird zwar um dieselben Kund*innen konkurriert, dennoch muss keine Feindschaft bestehen. So werden teilweise Geschäfte untereinander durchgeführt oder Wissenstransfer umgesetzt (z.B. Einblicke in den neuen Hallenbau von Früchte Jork).

Mit sozialen Unternehmen: In diesem Bereich erfolgt Zusammenarbeit mit Schulen, Kindergärten, Kirchen oder einem Hospiz. Es gilt, Verantwortung für die Gesellschaft zu übernehmen und bspw. Spenden zu tätigen.

Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?

In Zukunft soll eine stärkere Kooperation mit dem Naturschutzgebiet Nagelfluhkette und dem Landratsamt zur Gestaltung eines in Sachen Naturschutz nachhaltigeren Unternehmens stattfinden.

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

Wissen und Informationen werden hinsichtlich Warenkunde bzw. Erfahrungswerten vor allem aus dem Obst und Gemüse-Bereich mit Mitunternehmen geteilt. Häufiger jedoch erfolgt ein Informationsaustausch in technologischer Hinsicht, was bspw. die Modernisierung von Lagerhallen & Kühlung, interne Abläufe sowie Verkaufsstrategien angeht.

Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Als Maßnahme zur Erhöhung der Branchenstandards kann vor allem die automatische Lagerhalle genannt werden, welche eine der ersten in der Branche des Lebensmittel-Großhandels ist. Zudem arbeiten wir sehr stark am regionalen Netzwerk in der Produktbeschaffung. Durch diese zwei Punkte kann Früchte Jork als Vorreiter der Branche gesehen werden und trägt zur Erhöhung des Branchenstandards bei.

Verifizierungsindikatoren

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/ Jahr?

2023: 1.600 Stunden

Wird nicht erfasst. Hier näherungsweise circa 75% der Arbeitszeit des Geschäftsführers. Andere Mitarbeitende arbeiten ebenfalls an verschiedenen Kooperationen, allerdings fließt weniger ihrer Arbeitszeit in diese Kooperationen. Selbst wenn der Geschäftsführer (der einen Großteil dieser Arbeit macht), weniger dafür tun würde, wäre die Stundenzahl immer noch sehr hoch.

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

2023: 70 %

Ca. 1/3 des Umsatzes von Früchte Jork läuft über Obst und Gemüse, das Früchte Jork selbstständig und ohne Einkaufsgesellschaft einkauft. Der Rest wird zum Großteil über Lübeck/den Service-Bund abgerechnet. Da Lübeck als Kooperation zählt, wird der Aufwand mit 70% bewertet.

Wie viel Prozent von Zeit/ Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/ erzielt?

2023:

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	250	65.000.000
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	50	500.000
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	10	

Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen - hier wird die gesamte Arbeit mit dem Service Bund gewertet - der Umsatz ist der mit dem Service Bund Einkauf erzielte.

Für "Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe" liegt kein Wert für den Umsatz vor, da kein Umsatz erzielt wurde.

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2023:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Nein

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Nein

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Berichtsantwort

In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Früchte Jork unterstützt andere Unternehmen nicht uneigennützig außer durch Erfahrungsaustausch.

Es ist für uns selbstverständlich, dass man sich untereinander in der Nachbarschaft oder im Service Bund hilft, wenn "Not am Mann" ist. Obige Aussage, wir würden nicht uneigennützig helfen, beziehen wir auf langfristig wirtschaftliche Schwierigkeiten eines anderen Unternehmens. Hier unterstützen wir derzeit niemanden durch Auftragsweitergabe oder Mitarbeitendenverleih. Mitarbeitendenverleih findet statt, allerdings entgeltlich. Auch das Verleihen von Fahrzeugen während der Corona Krise, als neue Dienstwagen Jahre brauchten, um ausgeliefert zu werden, erfolgt gegen einen freundschaftlich angesetzten Preis. Häufig ist die größere Leistung die Organisation und der Einsatz des Hilfsmittels, vor dem monetären Gegenwert. Als Spedition mit Werkstatt und Haustechnik haben wir alle Formen von logistischem Equipment und Know how. Kleinere Firmen können gelegentlich darauf zurückgreifen, gegen einen Kasten Bier oder Ähnliches. (Das Einlagern von Paletten mit Ware, Verleihen eines Hofstaplers oder von Leergut werten wir hier nicht als Unterstützung in schwierigen Situationen, sondern als Nachbarschaftshilfe.)

Verifizierungsindikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Diese Werte werden von Früchte Jork nicht erfasst, da im eigentlichen Sinne nichts unentgeltlich erfolgt. Mitarbeitende helfen häufig eigenständig im Privaten und können dabei auf Ressourcen des Unternehmens zurückgreifen. Es existiert aber keine Dokumentation.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2023:

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2023:

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0	0

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Berichtsantwort

In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?

Früchte Jork könnte andere Unternehmen in der Marktbearbeitung durch das Abwerben von Kund*innen oder dem Eingehen von Exklusivitätskooperationen mit Lieferant*innen stören, blockieren oder auch schädigen.

Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Das Erobern und Halten von Marktanteilen ist die Grundlage der Arbeit von Früchte Jork. Marktführerschaft im Liefergebiet ist das höchste Ziel des Vertriebs. Selbstverständlich muss der Wettbewerb dabei lauterer Regeln folgen und es wird mit den gleichen Bandagen gekämpft wie es die Mitbewerber*innen tun.

Verifizierungsindikatoren

Findet ein wertender Vergleich (besser/ schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?

2023: Ja

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

2023: Nein

Werden geheime/ verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

2023: Nein

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?

2023: Ja

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/ Forschung/ Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

2023: Nein

Bei Früchte Jork gibt es kein F & E.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Analyse von Exklusivitätskooperationen

Da Exklusivitätskooperationen zwar sehr gewinnbringend für Früchte Jork, vermutlich aber eher störend oder gar schädigend für Mitbewerber*innen in der Region sind, sollte analysiert werden, inwiefern von solchen Kooperationen hin zu Vereinbarungen gewechselt werden könnte. So könnte erreicht werden, dass Früchte Jork weiterhin gute Konditionen erhält und Mitbewerber*innen nicht mehr so sehr in ihrer eigenen Tätigkeit geschädigt oder gar von Lieferant*innen nicht beliefert werden, sondern lediglich nicht die identischen vorteilhaften Preiskonditionen/Lieferbedingungen etc. erhalten.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Berichtsfragen

- Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?
- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Berichtsantwort

Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?

Für die Handelswaren werden die ökologischen Auswirkungen nicht durch Früchte Jork erfasst. Da die Lieferanten eigene Verkaufsargumente in Bezug auf die letztendlichen Verbraucher kommunizieren, wird hier viel gemacht, um Verpackungen einzusparen oder CO₂-neutral zu produzieren. Die Produkte haben in der Regel Entsorgungshinweise (wo zutreffend) und Mülltrennungshinweise.

Bei der Dienstleistung Lieferung fällt natürlich CO₂ an durch Verbrauch von Diesel und Kühlmaschinen. Dieser CO₂-Ausstoß wird nicht separat erfasst, aber wir arbeiten mit den modernsten Maschinen und Techniken, die uns zur Verfügung stehen, um ihn so gering wie möglich zu halten. Das gilt auch für CO₂, der im Zuge der Lagerung anfällt.

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Absolut sind die ökologischen Auswirkungen nicht erfasst. Eine ähnliche Alternative wäre z.B. dass der Gastronom ausschließlich regionale Produkte nutzt und diese mit dem Fahrrad bei dem Erzeuger vor Ort abholt. Da das äußerst selten möglich ist, ist das keine realistische Alternative. Lediglich in sehr urbanen Gebieten, wäre eine Lieferung aufgrund der kurzen Wege und hohen Kundendichte rein mit Strom möglich (z. B. Läuft derzeit in Kopenhagen an)

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Durch die stetige Modernisierung der Technologie im Unternehmen (z.B. Kühlmaschinen und LKW), die Abwärmenutzung der Kühlanlagen, das eigene Erzeugen von Strom mit

Sonnenlicht und Erdgas (in Zukunft Biogas). Es existiert ein Leergut-Team mit sieben Mitarbeitenden, das sich hauptsächlich mit dem Trennen von Müll und dem Reinigen unseres eigenen Leergutsystems beschäftigt. Durch dieses System können Vertragsbauern auf Verpackung verzichten. Allgemein werden immer weniger Verpackungen von Produzenten benutzt, es wird auch Unterverpackung verzichtet, Obst und Gemüse werden in Kisten geliefert.

Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Wir erstellen einen Nachhaltigkeitsbericht und dieser ist ein elementarer Bestandteil in der Kommunikation nach außen, weil er von den Kunden immer mehr gefordert wird. Heute trägt der Lieferant vom Produkt immer mehr zum Image des Kunden bei. Der Erhalt unserer Region ist im Statement der Geschäftsführung verankert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aktive Beratung und Empfehlung von ökologischen Alternativen im Verkaufsgespräch

Eine aktive Beratung seitens des Vertriebs könnte dabei helfen, dass der Kunde mehr Produkte in Form von ökologischer Alternative kauft. So könnte der Verkäufer die Bedeutung von Nachhaltigkeit erwähnen und diese Produkte empfehlen.

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Berichtsfragen

- Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?
- Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?
- Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Berichtsantwort

Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?

Wir handeln mit Lebensmitteln, deren bewusster Konsum und Nutzung in unseren Moralvorstellung verankert ist.

Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?

Wir sind uns bewusst, dass die Produktion von Agrargütern und die Verfügbarkeit von Lebensmitteln in der Vielfalt, die wir handeln nur einen Bruchteil der Weltbevölkerung zur

Verfügung steht. Deshalb versuchen wir das unnötige Entsorgen von LEBENS-mitteln so gering wie möglich zu halten, indem wir maßvoll, aber marktgerecht einkaufen und nicht mehr verkäufliche Ware, die noch zum Verzehr geeignet ist, verschenken.

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Die Nutzung und der Konsum obliegt unseren Kunden und am Ende deren Kunden, da wir ein Handelsbetrieb sind.

Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?

Früchte Jork bietet den Kunden Mehrwegverpackungen an, damit die Kunden das im To-Go-Geschäft anbieten können. Andere Produkte, die auf den schonenden Umgang mit Ressourcen abzielen, hat Früchte Jork nicht. Es gibt entsprechende Labels, z.B. MSC für nachhaltigen Fischfang, allerdings hängt die konsumierte Menge Fisch immer vom Endverbraucher ab.

Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

In der Kommunikation wird dies nicht verwendet, denn wenn man es genau betrachtet, wäre maßvolles Nutzen der Produkte schlecht für das Geschäft von Früchte Jork.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?
- Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Berichtsantwort

In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?

Dies wird bei keinen Bereichen bewusst in Kauf genommen.

Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Dies kann in verschiedenen Bereichen der Nahrungsmittelproduktion passieren, da zahlreiche Produkte importiert werden und einen elementaren Bestandteil des BIP der Exportländer darstellen. Hier könnte durch kurzfristige, profitausgerichtete Entscheidungen der Erzeugerländer das Ökosystem überlastet oder die Gesellschaft benachteiligt werden. Beispiel: die Überfischung der Meere, der Anbau von Futtermittel, die Flächenverdrängung durch Agrarflächen, die die Bevölkerung nicht nutzen kann, usw.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?
- Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Berichtsantwort

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?

Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte von Kund*innen werden im Folgenden hinsichtlich der Bereiche Sortiment, Anlieferzeit und Produktentwicklung betrachtet:

Sortiment

Kund*innen können jederzeit den Wunsch nach einem Produkt äußern, welches wir aktuell nicht im Sortiment haben. Sollte hierfür eine allgemeine Nachfrage bestehen und das Produkt zudem zu unserem Sortiment passen, so wird es eingelistet. Handelt es sich um eine/n große/n Kunden/in, so wird auch nur für diese/n eine/n dieses neue Produkt ins Sortiment aufgenommen.

Anlieferzeit

Kund*innen haben die Möglichkeit, einen Wunschzeitraum für die Anlieferung ihrer Waren anzugeben. Damit die Anlieferung aber auch wirklich im Wunschzeitraum durchgeführt wird, muss der angegebene Zeitraum auch im Rahmen unserer umsetzbaren Lieferzeiten liegen.

Produktentwicklung

Unter Umständen können für Kund*innen, die auch selbst Waren produzieren, Vertriebswege für eben diese Waren aufgebaut werden.

Bei allen drei Punkten läuft die Kommunikation über den Vertrieb und stellt einen Bestandteil des Geschäftsmodells von Früchte Jork dar.

Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?

Da bei Früchte Jork keine eigenen Produkte hergestellt werden, werden auch keine Produkte mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt. Wenn wir mit Kund*innen gemeinsam deren produzierte Ware handeln, handelt es sich hierbei jedoch in der Regel um regionale und nachhaltige Produkte.

Auf Nachfrage können nachhaltigere Alternativen ins Sortiment aufgenommen werden. Siehe erste Frage.

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Marktforschung wird mit dem Ziel des Erschließens neuer Kundenpotentiale sowie der Bereitstellung unserer Zeit entsprechender Produkte eingesetzt. Häufig sind wir diejenigen, die den Kund*innen sagen, was zurzeit der Trend ist.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind

2023: 1 %

Hier werden lediglich solche Produkte betrachtet, die von Kund*innen produziert und gehandelt werden. Das Einkaufen/Einlisten von Produkten auf Kundenwunsch wird hier nicht betrachtet, da dies der wesentliche Teil des Geschäftsmodells ist.

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

2023: 0

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Zufriedenheit, Anregungen zu bestehenden und potenziell neuen Produkten, Ideen, Bedürfnisse abfragen

Mittels einer Umfrage unter den Kund*innen von Früchte Jork kann ermöglicht werden, nicht nur die Zufriedenheit mit bestehenden Produkten abzufragen, sondern zusätzlich auch proaktiv Anregungen und Wünsche von Kund*innen einzuholen. Ermöglicht würde dadurch neben einer noch besseren Ausrichtung nach den Kund*innenwünschen, auch ein Einblick in die Denkweisen und Ansprüche von Dritten an noch nachhaltigere, regionalere und sozialere Produkte.

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?
- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?
- Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Berichtsantwort

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Wir handeln zu über 90% mit B2B-Kund*innen. Diesen werden zu allen Produkten Steckbriefe zur Verfügung gestellt, welche Angaben zu Themen wie Hersteller, Herstellungsland, Ursprungsland, Nährwerten etc. enthalten.

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Bei unseren Produkten, überwiegend Lebensmittel, werden immer alle Inhaltsstoffe sowie die Herkunft angegeben. Wenn es sich um ein Produkt aus ökologisch nachhaltiger Produktion handelt, so wird dies auch angegeben. Handelt es sich im Obst- und Gemüse-Bereich um Flugware, ist dies ebenfalls entsprechend gekennzeichnet. Wir sind zu solchen Angaben im Rahmen der IFS (International Food Standards) verpflichtet.

Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Es werden keine Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette transparent gemacht.

Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Es ist nichts über den Umfang der sozioökologischen Belastungen bzw. ihren expliziten Einfluss auf die Preisstellung unserer Vorlieferant*innen bekannt. Unter Umständen können Preise höher sein, da hiermit Ausgleiche oder höherwertige Produktionsbedingungen finanziert werden. Der Bestandteil ist uns jedoch unbekannt.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)

2023: 100 %

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)

2023: 0 %

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

2023:

Diese Informationen sind nicht erfasst.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mehr Transparenz über Lieferant*innen schaffen

Dass nicht für alle Produkte tiefgehende Einblicke in die Preisgestaltung transparent gemacht werden, ist allein aus Wettbewerbsgründen verständlich. Jedoch wäre es empfehlenswert, dass zumindest für z.B. die größten oder ökologisch kritischsten Warengruppen von Früchte Jork mehr Informationen zur Preisfindung und Wertschöpfung für den Kunden transparenter dargestellt werden.

D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

- Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?
- Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Berichtsantwort

Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?

Der überwiegende Anteil unserer Produkte (Lebensmittel) enthält keine Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt. Die einzige Produktgruppe, die Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt enthalten können, sind Reinigungsmittel. Hier sind Anwendung und Entsorgung jedoch normiert und dokumentiert.

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Nein, es existieren keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

2023: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E Gesellschaftliches Umfeld

- E1: Menschheit insgesamt, inklusive künftiger Generationen (beinhaltet alle Menschen als vernunftbegabte Wesen, die für sich Werte und Sinn selbst definieren können).
 - Die Menschheit insgesamt wird vom Handeln von Früchte Jork kaum Notiz nehmen. Selbst im Kosmos der Produktion von Lebensmitteln sind wir nur ein winziges Licht. Zumindest hat Früchte Jork durch ihre Existenz die Lebensgrundlage zukünftiger Generationen nicht nachhaltig oder bewusst beschädigt. Wir bauen keine Raketen und erfinden keine freie Energie, aber helfen einem winzigen Anteil der Menschheit beim Aufbau von etwas Wohlstand.
- E2: Gemeinwesen als große soziale Gruppe, die sich einen abgegrenzten Lebensraum teilen. Dieser kann physisch oder virtuell sein (z.B. alle Menschen, die in einer Region leben; alle Nutzer*innen des Internets). Die Gruppe hat gemeinsame Regeln und Institutionen geschaffen, die auf einem gemeinsamen Grundverständnis beruhen. Ein Unternehmen kann mehreren Gemeinwesen angehören (Kommune, Staat, Scientific Community etc.).
 - Natürlich Europa (wir sind überzeugte Europäer und werden den Gedanken trotz der Entscheidungen in Bezug auf unsere Branche, die Brüssel trifft, nicht verwerfen), Deutschland und Baden-Württemberg, wo wir als großer Mittelständler und Steuerzahler auftreten.
 - Isny und das Allgäu: Früchte Jork ist unter den Top 10 Gewerbesteuerzahlern in Isny, wir schaffen über 250 Arbeitsplätze, womit auch deren Familien verbunden sind (beim Sommerfest ca. 400 Gäste); zudem haben wir ca. 1.400 Kunden und deren Lebensgrundlage Gastronomie; zudem berühren wir regionale Institutionen, die wir mit Spenden und anderen Leistungen unterstützen, sowie Lieferant*innen, bei denen wir große Mengen abnehmen.
 - Service Bund: 30 Gesellschafter, Früchte Jork ist immer unter den Top 4 der größten Unternehmen und ca. 5% des gesamten Einkaufsvolumens läuft über Früchte Jork
- E3: Globales ökologisches Umfeld, inklusive der natürlichen Lebensgrundlagen künftiger Generationen.
 - Die Frischelogistik funktioniert bei unserem Einzugsgebiet derzeit nur der Dieselmotoren, wobei wir CO₂ ausstoßen.
 - Die Lebensmittelproduktion kann profitgetrieben und kurzsichtig Lebensgrundlagen zerstören, wir sind allerdings zu klein, um alleine einen wirklichen Hebel zu haben.
- E4: Relevante Berührungsgruppen für das Unternehmen, die nicht durch A bis D abgedeckt sind (z.B. Anrainer*innen, kritische NGOs als „Anwält*innen“ der Gesellschaft).
 - Zweite Hand Berührung mit NGOs aus den Bereichen Tierschutz, die in der Branche Umdenken fordern

- Anrainer*innen, die sich durch Lärm bei Logistik gestört fühlen
- Infrastruktur (Soziale Einrichtungen, Kirche, Flüchtlingsversorgung), die auf Unterstützung durch regional denkende Mittelständler angewiesen sind

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Berichtsantwort

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Die Handelsware von Früchte Jork erfüllt folgende Grundbedürfnisse:

1. Lebenserhaltung/ Gesundheit/ Wohlbefinden
Wir handeln LEBENS-mittel.
2. Verstehen/ Einfühlung
Ein großes Standbein des Unternehmens Früchte Jork ist seine hervorragende Verkaufsmannschaft, die größtenteils Gastronomiehintergrund besitzt. Diese verstehen die täglichen Sorgen von Gastronom*innen und versuchen diese zu lösen. Sie dienen dabei auch gerne als Kummerkasten.
3. Muße/ Erholung
Wir leben in einer Ferienregion und beliefern diese. Durch unseren Service sparen die Gastronom*innen Zeit, die sie anderweitig nutzen können.
4. Kreatives Schaffen
Durch unser Produktportfolio, unsere Reichweite und Flexibilität ermöglichen wir dynamischen Köchen, sich kreativ auszuleben.
5. Freiheit/ Autonomie
Gastronom*innen haben durch den Service von Früchte Jork mehr Zeit, sich kreativ zu entfalten.

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Wir handeln einen Promilleanteil an Produkten, die einen "Showeffekt" haben, wie gefrorenen Hummer, Öle mit Goldflocken, oder Ähnliches. Die Frage des Konsums muss sich der/die Kunde/in selbst stellen.

In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Lebensmittel, die von unseren Kund*innen zubereitet werden, dienen einem breitem Spektrum der Gesellschaft vom Arbeiter in der Kantine über den Bewohner eines Altersheimes, bis hin zum Tourist im Urlaub. Mindestens 1/3 des Umsatzes von Früchte Jork wird immer noch mit dem Handel von Obst und Gemüse erwirtschaftet. Hier können wir uns sicher sein, dass diese Produkte der Gesundheit der Konsument*innen dienen.

Wie bei Frage 1 beschrieben, kann unsere Serviceleistung dem/der Gastronom/in helfen, sich beruflich zu entfalten und auszuleben.

Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Wir versuchen durch unser regionales Produktportfolio die bäuerlichen Strukturen der Kulturlandschaft Allgäu und Oberschwaben zu unterstützen. Durch den Handel zahlreicher, teurerer Produkte aus dem globalen Import werden häufig Projekte in Zweit- und Drittweltländern unterstützt, z.B. der Bau von Schulen in Bangladesch durch Mermaid-Garnelen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

2023: 99 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Bedürfnisse nach Statussymbolen bzw. Luxus

2023: 1 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

Wie oben beschrieben, dienen alle Produkte, die wir handeln bzw. die Dienstleistung, die wir erbringen, der Erfüllung der Grundbedürfnisse. Menschen entwickeln sich als Kund*innen oder aber Mitarbeitenden des Unternehmens durch die Schaffung von Wohlstand und die Erfüllung oben genannter Grundbedürfnisse. Ob unser Umsatz die Menschen wirklich weiterentwickelt, können wir an dieser Stelle nicht ohne tiefere philosophische Betrachtung beantworten.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

2023: 30 %

Durch regionale Erzeuger, nachhaltige Produkte usw.

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen

2023: 10 %

Nicht explizit erfasst, wahrscheinlich höher, da zahlreiche Hersteller*innen und Lieferant*innen ganz oder in Teilen die UN-Entwicklungsziele (sauberes Wasser, Bildung etc.) in ihren Unternehmenszielen und Abläufen aufgenommen haben.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen

2023: 90 %

90 % einfache Nutzung, da es sich um Lebensmittel handelt.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen

2023: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen

2023: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erhöhung des Anteils von Produkten mit sozialem und/oder ökologischem Hintergrund

Früchte Jork vertreibt bereits Produkte, die gesellschaftliche bzw. ökologische Probleme mindern. Es sollten weitere Recherchen in diesem Bereich unternommen werden, um bestehende Warengruppen durch solche Produkte zu ergänzen, welche zudem auch bei den Kund*innen entsprechend beworben werden sollten.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
- Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Berichtsantwort

In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?

Bei Früchte Jork beliefern wir folgende Kundengruppen mit Ware und sorgen damit dafür, dass sie alles haben, um ihren Geschäftszweck zu erfüllen:

Für das Privatleben:

- Restaurants
- Hotels
- Altenheime
- Krankenhäuser

Für das Berufsleben:

- Kantinen
- Restaurants - Firmenfeiern, Kundenveranstaltungen
- Hotels - Geschäftsreisen

Weiterhin gilt: Essen verbindet. Gerade die Corona-Zeit hat gezeigt, wie wichtig den Menschen Gastronomie-Besuche und das gemeinsame Essen und Zeitverbringen sind. Vom ersten Date bis zur Trauerfeier schafft Essen Emotion und wir sind stolz, ein Teil davon zu sein.

Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?

Die Interessensgruppen, die durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht werden, gliedern sich in vier Bereiche:

1. Vereine: Diese unterstützen wir mittels Sponsoring von Veranstaltungen, wodurch Vereinsmitglieder und die interessierte Bevölkerung erreicht werden.
2. Sportveranstaltungen: Hier unterstützen wir mittels Sponsoring von Sportveranstaltungen mit frischem Obst, wodurch Teilnehmende und Zuschauende erreicht werden.
3. Kindergärten: Wir unterstützen Kindergärten durch wöchentliche Abholungen von frischem Obst für die Kindergartengruppen. Hierdurch werden Kindergartenkinder, Betreuende und Eltern erreicht.
4. Zuletzt profitiert die Gemeinschaft um uns herum von unserer regionalen Verankerung und unserem aktiven Teilnehmen am Gemeindeleben.

Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Durch oben genannte Maßnahmen stärken wir das Vereinsleben, sensibilisieren für und unterstützen gesunde Ernährung und unterstützen sportlichen Aktivitäten.

Verifizierungsindikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/ Maßnahmen pro Jahr

2023:

Aktivitäten/ Maßnahmen	Anzahl pro Jahr
Sportveranstaltungen	22
Unterstützung von Vereinen/Vereinsveranstaltungen	19
Aktionen zum Thema gesunde Ernährung	17
Unterstützung von Kunden	62

Die Zahl wäre durch aktuell nicht dokumentierte Aktionen noch größer, da die Geschäftsleitung direkt Leistungen erbringt oder auch die Kindergarten-Aktionen nicht dokumentiert werden.

Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser*innen, Besucher*innen

2023: 10.000

Schätzwert aufgrund der Anzahl der Veranstaltungen und möglichen Teilnehmenden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Dokumentation von Aktionen

Es sollten viele weitere, bisher nicht dokumentierte Aktionen ebenfalls dokumentiert und im nächsten GWÖ-Bericht aufgeführt werden. Somit würde dem Unternehmen selbst und Interessensgruppen noch mehr bewusst, inwiefern sich Früchte Jork bereits engagiert und an welchen Stellen man noch ansetzen könnte.

E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?
- Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Berichtsantwort

Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Negative Auswirkung auf die Gesundheit der Endverbraucher*innen unserer Produkte:

Es gibt keine direkten negativen Auswirkungen auf die Gesundheit der Endverbraucher*innen unserer Produkte. Diese würden nur bestehen, wenn

Endverbraucher*innen gewisse Produkte im Übermaß verzehren würden, wie beispielsweise Alkohol, Süßigkeiten oder ungesunde Convenience Produkte.

Negative Auswirkungen auf die Gesundheit von Lebewesen bei der Dienstleistung:

Die Dienstleistung an sich hat keine negativen Auswirkungen auf die Gesundheit von Lebewesen. Durch die An- und Auslieferung der Produkte entsteht z.B. durch LKW jedoch ein gewisser CO₂-Ausstoß, der negative Auswirkungen auf die Umwelt und damit auch auf die Lebewesen hat. Diesen CO₂-Ausstoß versuchen wir allerdings durch andere Maßnahmen wie beispielsweise eine nachhaltige Energiegewinnung wieder auszugleichen.

Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Die Biosphäre wird durch den Anbau gewisser Lebensmittel beeinträchtigt, ebenso durch den Transport zu Früchte Jork und die Auslieferung zu unseren Kund*innen. Unsere Produkte und Dienstleistungen haben nach unserem Wissen jedoch keinen negativen Einfluss auf die Freiheit von Menschen.

Verifizierungsindikatoren

Als menschenunwürdig eingestufte Produkte und Dienstleistungen

2023:

Konventionelle Produktion von und Handel mit Tierprodukten (Ausnahme: artgerechte und tierwürdige Haltung mindestens nach EU-Bio-Standard) – Ja

Die von uns gehandelten Produkte tierischen Ursprungs sind größtenteils nicht nach EU-Bio-Standard.

Der Bio Standard ist eine im Tierschutz fragwürdige Nenngröße, da er sich mehr um Fütterung und medizinische Behandlung, denn um Haltung der Tiere dreht.

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

2023: 31 %

"Tierprodukte" sind als Indikatoren nicht weiterführend definiert.

Hier wurde der Umsatzanteil ALLER Produkte tierischen Ursprungs betrachtet, also auch Molkereiprodukte und weiterverarbeitete Waren. Der Anteil von Bio Produkten liegt bei ca. 1,5%.

Die Aussage Tierprodukte seien nur "artgerechte und tierwürdig", wenn die Haltung mindestens nach EU-Bio-Standard erfolgt, empfinden wir als höchst fragwürdig.

Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

2023: 10 %

Ein signifikanter Anteil unserer Kund*innen produziert und handelt selbst tierische Produkte, bzw. ist im landwirtschaftlichen Sektor verortet. Die wenigsten erfüllen die EU Bio Kriterien.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negative Auswirkungen auf die Biosphäre reduzieren

Um weniger ökologisch negative Auswirkungen durch den Geschäftsbetrieb zu haben, sollte Früchte Jork das Produktportfolio analysieren und ableiten, welche Produkte:

- statt konventionell in Bio-Standard beziehbar sind,
- von regionaleren/näher an Früchte Jork liegenden Produktionsorten (z.B. landwirtschaftlichen Betrieben) beziehbar sind,
- aufgrund ethischer Leitlinien verzichtbar sind bzw. sein müssen

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?
- Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?
- Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Berichtsantwort

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Früchte Jork und die anderen, in dieser Matrix genannten Unternehmen (AL Logistik, Certa Konzern) sind zur Abgabe jeder Form von Steuern verpflichtet und kommen dieser Abgabepflicht, die das Deutsche Steuerrecht für Organschaften dieser Art vorsieht, in vollem Umfang nach. Darunter fallen folgende Abgaben: Ertragssteuern, Gewerbesteuern, Sozialabgaben sowie je nach Anfall Erwerbssteuern, Grundsteuern etc.

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?

Früchte Jork erhält keine Subventionen, einzelne Projekte im Konzern sind allerdings nach Vorgaben von Bund oder Land förderfähig (z.B. Neubau von Solaranlagen).

Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Früchte Jork entrichtet sowohl Lohnnebenkosten, wie auch Sozialversicherungsbeiträge. Weiterhin werden sowohl zu versteuernde Lohnbestandteile wie Urlaubs- und Weihnachtsgeld sowie, wo möglich, steuerbefreite Lohnbestandteile an die Mitarbeitenden ausbezahlt (Inflationsausgleich, Schichtzuschläge etc.).

Verifizierungsindikatoren

Erlöse

2023: 100.301.180,95 €

Abgaben

2023: 3.973.580 €

Früchte Jork in der Einzelbetrachtung

Subventionen

2023: 0 €

Keine bei FJ

Wertschöpfung

2023: 11.938.615 €

Summe der Löhne und Gehälter inklusive aller Abgaben, Zins- und sonstige Finanzzahlungen sowie (Jahres)ergebnis

Netto-Abgabenquote

2023: 33,28 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?
- Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?
- Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?
- Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Berichtsantwort

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?

Früchte Jork tätigt jährlich Spenden und betreibt Sponsoring in sozialen und ökologischen Kontexten. Zudem unterstützt Früchte Jork soziale und gemeinnützige Projekte mit gesellschaftlichem Hintergrund durch Warenspenden, Fuhrparkdienstleistungen und Arbeitskraft. Namhaft sind dies Kindergärten, Schulveranstaltungen, die Kirche, das Kinderhospiz St. Nikolaus, NGOs (z.B. Plan International), der Ukrainische Wohltätigkeitsfonds "Körperschaft für Gute Taten" sowie das Hilfswerk Bodensee.

Im Jahr 2023 wurden insgesamt ca. 25.500,- € als Sponsoring für gemeinnützige Vereine, Unterstützung von Kund*innen oder Sportveranstaltungen ausgegeben. Eine Liste aller Sponsoring-Aktivitäten kann aus Datenschutzgründen nicht geteilt werden.

Nicht im Betrag enthalten ist die wöchentliche Unterstützung der Kindergärten mit Obst, da dies unentgeltlich geschieht.

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Der Eigennutzen ist in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen relativ gering. Ein Eigennutzen besteht im weitesten Sinne, wenn Kund*innen mit einem Sponsoring unterstützt werden und das als Kundenbindungsmaßnahme gesehen wird.

Ebenfalls besteht im weitesten Sinne ein Eigennutzen, wenn Kindergärten, Vereine in der Region oder soziale Einrichtungen unterstützt werden und wir selbst bzw. unsere Mitarbeitenden selbst von den Leistungen der Sponsoring-Empfänger*innen profitieren bzw. diese nutzen. Grundsätzlich sehen wir uns (wenn es nicht um Kundensponsorings geht) unserer Gesellschaft mitverantwortlich und unterstützen, wo wir die Möglichkeit haben, auch gerne unentgeltlich (Ehrenamt oder Sozialdienste, denen grundsätzlich Geld fehlt, oder die Bevölkerung der Ukraine aus gesellschaftlicher Verpflichtung).

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Die freiwilligen Aktivitäten von Früchte Jork bringen einerseits langfristige Vorteile, andererseits eher kurzfristige Hilfe.

Langfristige Vorteile der freiwilligen Aktivitäten von Früchte Jork:

- Aufrechterhaltung des Vereinslebens
- Unterstützung von sozialem Engagement
- Unterstützung der gesunden Ernährung in Kindergärten

Kurzfristige Hilfe durch freiwillige Aktivitäten von Früchte Jork:

- Unterstützung von Geflüchteten

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Ein großer Anteil unseres Engagements in Form von Sponsoring ist sehr stabil und erfolgt in regelmäßigen Abständen wie beispielsweise:

- Die Unterstützung von Kindergärten mit Obst erfolgt wöchentlich über das gesamte Jahr und je nach Kindergarten schon seit vielen Jahren.
- Sponsoring bei einigen Sportveranstaltungen in der Umgebung unterstützen wir auch jährlich.
- Die Unterstützung des Kinderhospiz St. Nikolaus und der Kinderstiftung erfolgt jedes Jahr ein wenig anders, die Unterstützung in Form von Spenden ist konstant.
- Vereine der Umgebung werden je nach Bedarf (Veranstaltungen) von uns unterstützt. Viele Mitarbeitende sowie die Geschäftsleitung von Früchte Jork bzw. AL Logistik sind selbst in diesen Vereinen engagiert.

Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Im Sponsoring unterstützen wir Aktionen nach folgenden Kriterien (es ist nicht notwendig, dass alle Kriterien zutreffen, eins ist meist ausreichend):

- Ist der Verein/die Aktion in unserer Region?
- Handelt es sich um einen Kunden?
- Ist ein/e Mitarbeiter/in im Verein tätig?
- Ist es eine Sportveranstaltung?
- Wird das Thema gesunde Ernährung unterstützt?

Verifizierungsindikatoren

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes

2023: 0 %

25.500€ von 100 Mio sind 0,0002% - nicht darstellbar.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit

2023: 0 %

Nicht erfasst, aber wohl Promillebereich.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kund*innen-Beteiligung an Spenden fördern

Da die Kund*innen von Früchte Jork ebenfalls in der Region verankert sind, sollten diese ebenfalls ein Interesse am regionalen Gemeinwohl bzw. der Unterstützung regionaler Vereine etc. haben. Somit sollten die Kund*innen z.B. durch den Einkauf oder bei Kund*innen-Events auf die in diesem Aspekt genannten Unterstützungen aufmerksam gemacht und dazu angeregt werden, sich an Spenden zu beteiligen oder eigene lokale Institutionen ähnlicher Art zu unterstützen.

Anmerkungen zur Selbsteinschätzung:

Die Selbsteinschätzung wird aufgrund langjähriger und regelmäßiger freiwilligen Leistungen eher im Bereich 4-5 gesehen. Da Wirkungszusammenhänge aber nicht wirklich überprüft werden, wird nach Definition der Punkte eine niedrigere Punktzahl als eigentlich angemessen vergeben.

E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung?
Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

- Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?
- Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?
- Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?
- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?
- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?
- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

Berichtsantwort

Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?

Nein, es werden keine Gewinne zwischen Ländern verschoben.

Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?

Nein, es werden keine Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt.

Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?

Nein, es gibt keine Geschäftspartner*innen in Steueroasen.

Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?

Nein, es besteht kein Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird.

Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?

Ja, die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert

Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?

Internationale Finanztransaktionen sind lediglich in Europa transparent.

Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

Bei Früchte Jork wurden keine Maßnahmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen. Finanzpartner*innen unterliegen grundsätzlich Deutschem oder Europäischem Finanzrecht.

Verifizierungsindikatoren

Wenn das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns ist, im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen agiert oder an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teilnimmt, muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland erfolgen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10%) abfließt.

Trifft nicht zu.

Länderspezifisches Reporting

2023:

- Keine Aktivitäten außerhalb Deutschlands

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?
- Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?
- Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
- Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Berichtsantwort

Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?

Im Lieferantenbereich besteht das Risiko, dass Behörden oder sogar Regierungen von Importländern bestochen werden, um sich Vorteile bei Kosten oder im Importprozess zu verschaffen. In Europa ist dies weniger möglich. Da alle Lieferant*innen in Europa ansässig sind, unterliegen sie europäischem Recht und erklären in der Regel in ihren Lieferantenerklärungen, dass sie sich nicht an Korruption beteiligen.

Auf Kund*innenseite besteht kaum nennenswertes Korruptionsrisiko, da sich alle Kund*innen im Süddeutschen Raum befinden, den wir aufgrund seiner Lage im Deutschen sowie Europäischen Rechtsraum als sicher betrachten.

Im Unternehmen selbst besteht kein Korruptionsrisiko, da der Einkauf, wo die einzige Vorteilsnahme möglich wäre, durch die Geschäftsleitung instruiert und überwacht wird.

Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?

Im Unternehmen selbst besteht kein Korruptionsrisiko, da der Einkauf, wo die einzige Vorteilsnahme möglich wäre, durch die Geschäftsleitung instruiert und überwacht wird. Früchte Jork lehnt sich hierbei an die Compliance Richtlinie des Service-Bunds an.

Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?

Politische Amts- und Entscheidungsträger*innen sind aufgrund der kleinbürgerlichen Strukturen im Allgäu in der Regel persönlich bekannt, sei es durch Mitarbeit in der Gemeinde oder Vereinsarbeit. Überregionale Politiker*innen werden bei seltenen politischen Besuchen professionell empfangen.

Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?

Der Service-Bund selbst vertritt die Unternehmen bei der Lobbyarbeit als Gastronomie-Großhandelsbranche gegenüber der Bundesregierung. Früchte Jork selbst engagiert sich in regionalen Verbänden (Marke Allgäu, Allgäu Top Hotels) im Namen der Gastronomie und ihren Lieferant*innen. Politisches Lobbying von unserer Seite erfolgt nicht.

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

Es erfolgen keine Spenden an politische Parteien.

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

Die Bewusstseinsbildung zum Thema "Korruption" unter den Mitarbeitenden wird mittels jährlicher Gesprächsrunden zum Thema "Umgang mit Lieferantengeschenken" betrieben.

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

Es gibt keinen definierten Prozess bzgl. Vorkehrungen gegen Korruption in Entscheidungsprozessen.

Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Als Verhaltensregel kann genannt werden, dass Kund*innen-/Lieferant*innengeschenke beim Vorgesetzten gemeldet werden müssen. In der Regel wird die Annahme solcher Geschenke gestattet, diese werden allerdings gesammelt und am Ende des Jahres unter allen Mitarbeitenden verlost. Die Mitarbeitenden sind mit dieser Vorgehensweise einverstanden. Zudem ist es den Mitarbeitenden gestattet, Einladungen zum Essen durch Kund*innen anzunehmen.

Verifizierungsindikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

2023: Nein

Es erfolgen keine Parteispenden.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?

2023: Nein

Die Lobby-Arbeit ist nicht umfangreich genug.

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

2023: Ja

Es gibt im Unternehmen eine anonyme Meldestelle.

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positivaspekt E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

2023: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:
 - klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
 - Feinstaub und anorganische Emissionen
 - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
 - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)

- Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
 - ionisierende Strahlung
 - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
 - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
 - Landverbrauch
 - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Berichtsantwort

Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:

- Klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...): Diese treten durch den Energieverbrauch, im Lager und der Logistik auf.
- Feinstaub und anorganische Emissionen: Diese treten in der Speditionstätigkeit mit LKW auf.
- Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung): Diese Ressourcen werden für Waschanlagen, den Bürotrakt, Hygiene etc. genutzt.

Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

In unserem Nachhaltigkeitsbericht sind keine Verbrauchsdaten enthalten, lediglich Verbesserungen zur effizienteren Nutzung. Das Erstellen einer vollwertigen Klimabilanz ist für 2025 geplant.

Verifizierungsindikatoren

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2023:

- Ausstoß klimawirksamer Gase (in kg): Dies ist noch nicht erfasst - im Folgenden führen wir die uns vorliegenden Zahlen auf.
- Transporte (und dessen CO₂ Äquivalent) (in km bzw. kg): Dies ist nicht erfasst, wir sind allerdings 2.228.890 km gefahren - mit LKW bzw. Transportern verschiedenster Bauart (Baujahr, Bremshilfen, Kühlaufbau, Gewicht, Strombetrieb beim Kleintransporter), Schulungsgrad des Fahrers (Bremsen, Beschleunigen...), Anzahl Stops und Beschaffenheit der Strecke, was sich auf den Energieverbrauch auswirkt.
- Benzinverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) (in Liter bzw. km): 648.204,6 L Diesel
- Stromverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) (in kWh bzw. kg): Dieser beträgt 1.700.000 kWh - davon ca. 1.200.000 kWh eingekauft, Rest selbst produziert. Eingekaufter Strom wird vom Anbieter mit 207g/kWh angegeben.

- Gasverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) (in kWh bzw. kg): 140.000m³ Erdgas für das BHKW (kWh ließen sich zeitlich nicht mehr auslesen, entsprechen aber ca. Faktor x10)
- Heizenergie und Kühlenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) (in kWh/°C) (gemeint ist der Energieaufwand, um Räume auf Arbeitstemperatur zu klimatisieren): Es ist kein Verbrauch erfasst, da der Kreislauf geschlossen ist und nicht nachgefüllt wurde. Es wird mit folgenden Stoffen gekühlt: R-290, R744, CO₂, NH₃, R134A - der Großteil soll bis Ende 2024 durch CO₂ ersetzt werden. Heizung erfolgt ausschließlich durch Abwärme der Kühlanlagen. Der Strom zum Betrieb der Kühlanlagen ist im obigen Stromverbrauch erfasst. Kälte sind ca. 400.000 kWh, (Ab-)Wärme ca. 1.100.000 kWh erzeugt worden.
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser (in m³): beträgt ca. 7000 m³
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) (in kg): beträgt ca. 3.000kg für Öle und Schmierstoffe usw. in der Werkstatt.
- Papierverbrauch (in kg): beträgt 9.440kg
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien (in kg): Ist nicht ausreichend definiert, um Antworten zu geben. Ein Beispiel wäre die Folie zum Umwickeln der Rollis: 2.000kg wurden im Jahr 2023 gekauft. Der Verbrauch geht seit Jahren zurück, da nur noch notwendige Rollis gewickelt werden müssen und Spanngurte verwendet werden (2022 noch ca. 7000kg).
- Kunstlichteinsatz (vorzugsweise in Lumen, ersatzweise in kWh + Art der Leuchtmittel) (Der Indikator soll dazu benutzt werden, die Lichtverschmutzung einzuschätzen bzw. optimale Arbeitsplatzbeleuchtung zu erreichen – letzteres ist allerdings eher C1 zuzuordnen.): Das Lager ist mit LED ausgestattet, Lumen 3000 lm (200 Watt).
- Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen (entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie): Den größten Teil der Emissionen erzeugt der Fuhrpark, bzw. die Anfahrt der Mitarbeitenden. Das Unternehmen versucht, seinen Einfluss auf die Umwelt so gering wie möglich (durch die Geschäftstätigkeit) zu halten. Wasser wird in der eigenen Aufbereitungsanlage aufbereitet und zum Waschen der LKW verwendet, Kisten werden recycelt, Müll wird getrennt usw. Für alle überbauten Flächen wurden Ausgleichs geschaffen. Seit einigen Jahren hat das Unternehmen eigene Bienen und legt Blühflächen für diese an.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

CO₂-Ausstoß berechnen / reduzieren und / oder kompensieren

Um noch einen besseren/geringeren CO₂-Ausstoß zu erzielen, sollte dieser genau berechnet werden, um dann an den einzelnen Stellschrauben den Verbrauch zu reduzieren.

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Berichtsantwort

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?

Wir sind auf, wenn nicht sogar besser als der Branchenstandard. Durch die ständige Optimierung der Technologie im Bereich der Logistik sowie der effizienteren und nachhaltigeren Nutzung der Energie in den Lagerprozessen (in die ein Großteil der Gewinne fließen), sind wir wahrscheinlich besser als der Branchenstandard.

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Besser, da wir durch unsere überdurchschnittliche finanzielle Ausstattung in der Lage sind, entsprechende Innovationen zu finanzieren.

Verifizierungsindikatoren

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region

2023:

Wir haben keine Vergleichsgrößen erfasst. Die Betrachtung erfolgt aufgrund technologischer Ausstattung der Konkurrenz, z.B.:

- Wie viele Euro7-Norm-LKW fährt der Konkurrent im Vergleich zu uns (Fein- bzw. Bremsstaubvermeidung)?
- Wie viel Photovoltaik/kWh kann der Mitbewerber erzeugen?
- Womit wird gekühlt?
- Abwärmenutzung der Kühlung?
- Modernisierungsgrad und Isolierung der Lagerhallen?
- Regenwassernutzung? etc.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfragen

- Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?

- Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Berichtsantwort

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?

Früchte Jork respektive die Logistik agieren im Rahmen der Vorgaben der Stadt Isny/des Landkreises Ravensburg für Transportgewerbe. Neben den Auflagen für Flächennutzung und Wasseraufbereitung ist insbesondere Lärmbelastung für Anwohner zu beachten. Durch die Lage im Industriegebiet und entsprechende bauliche Maßnahmen agieren wir hier grundsätzlich im Rahmen der Auflagen. Das Selbe gilt für das zeitliche, wie schadstoffklassenzulässige Befahren der Anlieferzonen unserer Kunden. Der Fuhrpark selbst wird durch den Verkehrsleiter überwacht.

Es gelten Auflagen für Brandschutz und Arbeitssicherheit, deren Einhaltung durch externe Berater überprüft wird. Weiterhin gelten die Auflagen von HACCP, die durch das QM gesichert werden.

Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?

Die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen erfolgt durch die Geschäftsführung selbst, unterstützt von Verkehrsleiter, QM und Arbeitssicherheitskraft.

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?

Es liegen regelmäßig Beschwerden wegen Ruhestörung durch Nachtarbeit vor, sowie Lichtbelastung durch Scheinwerfer.

In der Vergangenheit ließen sich alle Probleme durch Dialog lösen oder entbehrten einer rechtlichen Grundlage.

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?

Keine. Die Fleisch-Branche wird durch radikale Tierrechtsorganisationen anteilig unter Druck gesetzt. Die Demonstrationen wirken sich allerdings nicht auf unser Geschäft aus, da es sich häufig um Grundsatzdiskussionen handelt, die nicht auf der kleinen Bühne regionaler Unternehmen ausgetragen werden.

Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Das Unternehmen hat keine weiteren Standorte.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
- In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
- Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?
- Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Berichtsantwort

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?

Neben der üblichen Bilanz im Handelsregister veröffentlicht Fruchte Jork in regelmäßigen Abständen seinen Nachhaltigkeitsbericht, der neben Entwicklungen im Unternehmen auch dessen Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft aufzeigen soll.

In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

Der Nachhaltigkeitsbericht liegt in Pdf oder Printform vor und wird auf unserer Website veröffentlicht.

Er hat ca. 8 Seiten und umfasst neben dem Leitbild und einigen Zahlen, organisatorische, ökologische und soziale Aspekte bzw. Berührungsgruppen des Unternehmens.

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Ja bis einschließlich 2024 durch das Deutsche Institut für Nachhaltigkeit in Münster.

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Er ist auf der Webseite einsehbar:

[www.fruechte-jork.de/ Resources/Persistent/d802c3e46067a6a044ad3d59015d9f70177b4eb0/Nachhaltigkeitsbericht 2020.pdf](http://www.fruechte-jork.de/Resources/Persistent/d802c3e46067a6a044ad3d59015d9f70177b4eb0/Nachhaltigkeitsbericht%202020.pdf)

Es muss dazu gesagt werden, dass der Nachhaltigkeitsbericht derzeit neu erstellt werden muss, da aktuelle Veränderungen noch nicht enthalten sind. Die Zusammenarbeit mit dem Institut für Nachhaltigkeit wurde beendet.

Für 2025 ist eine umfangreiche Zertifizierung im Bereich Nachhaltigkeit geplant.

Verifizierungsindikatoren

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2023: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Social Media für die Kommunikation einzelner Nachhaltigkeits-Aspekte nutzen

Damit Früchte Jork den Kunden noch mehr über seine Nachhaltigkeits-Aspekte mitteilen kann, sollte Social Media als Kommunikationsplattform genutzt werden.

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
- Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Berichtsantwort

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Früchte Jork, sowie angeschlossene Unternehmen agieren im Kosmos ihrer Gemeinde und sind Teil davon.

Bürger*innen können sich telefonisch oder vor Ort informieren und bei Bedarf einen Termin mit einer Führungskraft zum offenen Dialog vereinbaren.

Früchte Jork ist ein Unternehmen mit "open door" policy. Das gilt nicht nur für Mitarbeitende.

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Wenn ein rechtlicher Anspruch besteht natürlich juristisch. Alternativ kann auch ein Gemeindevertreter oder Gruppensprecher den Dialog zur Geschäftsleitung suchen.

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

"Bürgerbegehren", die weiterreichende Handlungen erfordern werden vom Führungsteam diskutiert und Lösungsansätze werden gesucht. Eine separate Dokumentation findet nicht statt.

Verifizierungsindikatoren

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

2023:

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
Gemeinde bei Bauvorgaben	100

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?

2023: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfragen

- Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?
- Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?
- Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Berichtsantwort

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

Es gibt keine Informationen die bewusst falsch veröffentlicht werden um Abläufe oder Produktinformationen anders darzustellen.

Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?

Es gibt keine direkte oder indirekte Beeinflussung der öffentlichen Meinung durch Fehlinformationen.

Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

In keinem Punkt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Das große kurzfristige Ziel des Unternehmens ist der Abschluss der Automatisierungs-Bauprojekte und das Go-Live des automatisierten Kleinteilelagers, welches seit 2020 geplant wird und das die größte Investition in der Geschichte von Früchte Jork darstellt. Abschluss sollte hier Juli 2024 sein, bevor wir im nächsten Jahr mit "Baustufe 2" den Rest des Lagers automatisieren wollen.

Weitere kurzfristige Ziele sind das Abfangen der Renteneintritte zum Ende dieses Jahres durch Ausbildung, sowie das Erstellen eines Nachhaltigkeitsreportings, das Anfang 2025 zertifizierbar sein soll.

Langfristige Ziele

Durch die Automatisierung wird einer der größten Risikofaktoren für das Unternehmen abgeschwächt: der (Fach-)kräftemangel.

Hierdurch wird Energie frei, die unsere Personal- und Ausbildungsbereiche in das Kraftfahrerproblem stecken können, das ganz Europa die nächsten Jahre massiv beschäftigen wird. Unsere Erwartung, bzw. Benchmark ist, dass in fünf Jahren der Erfolg eines Handels an der Fähigkeit gemessen wird, die Ware überhaupt noch zu verbringen.

Nach Abschluss der großen Bauvorhaben sind weitere Modernisierungen an Immobilie und Fuhrpark geplant, um das Unternehmen - ohne Greenwashing - in Richtung CO₂-Neutralität zu bringen.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)

Auf eine Erklärung zur Konformität mit der bestehenden EU-Richtlinie zur Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen wird verzichtet.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Maximilian Jork - Geschäftsführer, Früchte Jork GmbH

Lea Palecek - Marketing, Früchte Jork GmbH

Marina Bergler - Studentin der Hochschule Kempten

Valentina Grauer - Studentin der Hochschule Kempten

Jörn Wiedemann - zertifizierter GWÖ-Berater

Frank Diestel - GWÖ-Berater

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

30 Stunden

Pro Person im Unternehmen Früchte Jork

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Während der Erstellung der Bilanz wurde das Projekt nur mit den Personen kommuniziert, die in die Erstellung involviert waren. Hierfür wurden weitere Personen aus Geschäftsführung, Personalabteilung, Buchhaltung und Marketing herangezogen. Nach der Fertigstellung des Berichts wird das Ergebnis allgemein im Unternehmen kommuniziert.

Datum: 29.07.2024

Anhang

1. Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A: Lieferant*innen

Gesamt-Ausgaben an Lieferanten

Ware für Handel: 75.613.133€

AL Logistik: 14.400.000€

Gas/Wasser/Strom: 299.000€

Diesel: 950.000€ inkl. AdBlue

5 wichtigsten Branchen, aus denen Sie Produkte/Dienstleistungen beziehen

Hier muss zum besseren Verständnis der Leistung am Markt von Früchte Jork auch einiges an Kosten aus der AL Logistik betrachtet werden, die genau genommen ein eigenes Unternehmen darstellt. Sprich: die Kosten für Diesel fallen nicht bei Früchte Jork an. Das selbe gilt für die Energieversorgung, die zwar die Lagerhallen der AL Logistik und die Kühlung betreibt, allerdings vom Mutterkonzern abgerechnet werden.

B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

Gewinn (EBIT)

Früchte Jork (FJ) ist Teil des Certa Konzerns, dem Verwaltungs-, sowie das Logistikunternehmen untergeordnet sind. Es existiert ein Gewinnabführungsvertrag. Da FJ den überwiegenden Anteil der Erträge des Konzerns erwirtschaftet, werden die Gewinne hier - anders als in der offiziell veröffentlichten Bilanz - FJ zugeordnet.

Der Jahresabschluss 2023 ist noch nicht endgültig fertiggestellt. Zahlen können daher leicht variieren.

Finanzierungskosten

Finanzierungskosten fallen im Konzern Certa an. FJ an sich hat keine Finanzierungskosten. Diese Kosten werden hier für ein richtiges Bild dennoch aufgeführt, da der Konzern mitbetrachtet werden muss.

Erträge aus Finanzanlagen

Erträge aus Finanzanlagen fallen im Konzern Certa an. FJ an sich hat keine derartigen Erträge. Diese Zahl wird hier für ein richtiges Bild dennoch aufgeführt, da der Konzern mitbetrachtet werden muss.

Bilanzaktiva

Dieser Wert betrifft nur Früchte Jork.

Der Jahresabschluss 2023 ist noch nicht endgültig fertiggestellt. Zahlen können daher leicht variieren.

Zugänge zum Anlagevermögen

Anlagenzugänge sind nur im Konzern zu verzeichnen.

Hier wird nur FJ betrachtet.

C: Mitarbeitende

Anzahl der Mitarbeitenden (in Vollzeitäquivalenten)

Zahl bezogen auf FJ

Konzern Cetra zusätzlich: 193 in AL Logistik

Personalkosten (brutto ohne Arbeitgeberanteil)

Angegebene Kosten nur in FJ.

Zusätzlich im Konzern 11.554.366 €

D: Kund*innen und Mitunternehmen

E: Gesellschaftliches Umfeld

2. Liste der Anlagen und Referenzen

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Angaben zu Beginn Allgemeines zum Unternehmen	Früchte_Jork_Leitbild_2024_web.pdf	Anlage	
Angaben zu Beginn Allgemeines zum Unternehmen	Grafik_Früchte_Jork_in_Zahlen_h0n7RKr.jpg	Anlage	
Angaben zu Beginn Allgemeines zum Unternehmen	Nachhaltigkeitsbericht_2020.pdf	Anlage	
Angaben zu Beginn Allgemeines zum Unternehmen	Unternehmensstruktur_ab_01.11.21.pdf	Anlage	
Aspekt A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	ASC_Zertifikat_Service - Bund_bis_19.10.25.pdf	Anlage	
Aspekt A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche	Bio-Zertifikat_bis_31.01.25.pdf	Anlage	

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Auswirkungen in der Lieferkette			
Aspekt A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Lieferkette	Früchte_Jork-IFS-Zertifikat-bis_21.07.2024.pdf	Anlage	
Aspekt A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Lieferkette	Lieferantenauswertung.xlsx	Anlage	Detailzahlen zu Lieferanten
Aspekt A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Lieferkette	Lieferantenerklärung_Handelsware_2023-03-21_-_Version_2.pdf	Anlage	
Aspekt A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Lieferkette	MSC_Zertifikat_Service - Bund_bis_19.10.25.pdf	Anlage	
Aspekt A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Lieferkette	NACHHALTIGKEITZERTIFIKAT_Früchte_Jork_31.12.2024.pdf	Anlage	
Aspekt A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen	Früchte_Jork_Leitbild_2024_web_L00AIKI.pdf	Anlage	
Aspekt A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette	SOURCER_Folder_2023_ObdAWGy.pdf	Anlage	
Aspekt A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette	Service_Bund_und_Eigenmarkenkonzept_Stand_2021.pdf	Anlage	
Aspekt A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette	https://katalog.servicebund.de/bookcase/wzbp	Referenz	Markenkonzept der Eigenmarke Rodeo

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Aspekt A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette	https://katalog.servicebund.de/bookcase/wzbp	Referenz	Markenkonzept der Eigenmarke Mermaid
Aspekt A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	Früchte_Jork_Leitbild_2024_web_WmReXBc.pdf	Anlage	
Aspekt A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	Allgäu_fleisch_intern.pdf	Anlage	
Aspekt A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	Madame_Butterzart_Internet.pdf	Anlage	
Aspekt A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	SOURCER_Folder_2023.pdf	Anlage	
Aspekt A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	rainforest-alliance-marks-guide-de.pdf	Anlage	
Aspekt B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen	BMAS_DFKP_Urkunde_Nominierte_Früchte_Jork.pdf	Anlage	
Aspekt B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	keff_fallbeispiel_fruechtejork_STAND_2020.pdf	Anlage	
Aspekt C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	Mitarbeiterbenefit_Stand_02.05.23.pdf	Anlage	

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Aspekt C1.3 Diversität und Chancengleichheit	Allgaeu_GmbH_Bevoelkerung_2023.pdf	Anlage	
Aspekt C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	Werte_Früchte_Jork.png	Anlage	
Aspekt C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse	Früchte_Jork_Leitbild_2024_web_Myr8Htl.pdf	Anlage	

Weitere Dokumente

Unternehmenslogo: Screenshot_2024-04-03_120606.png

GWÖ-Mitgliedschaft: