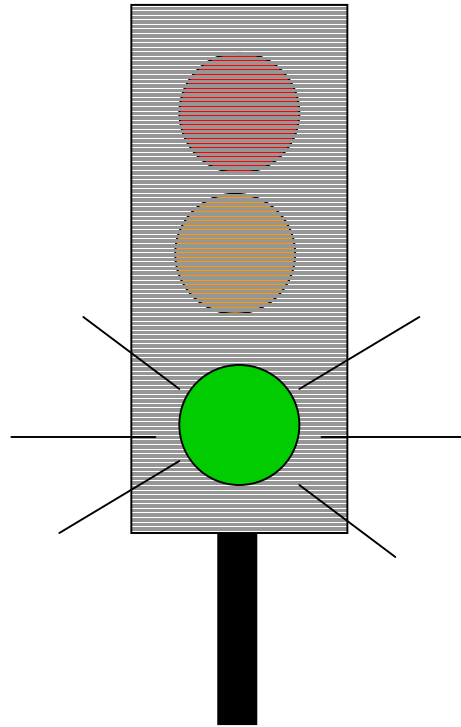


Feneberg: ,von Hier'- Sortiment



„Noch besser ist zwar der Einkauf beim Biobauern auf dem Wochenmarkt, aber die ‚von Hier‘- Produktpalette bei Feneberg können wir trotzdem uneingeschränkt empfehlen.“

Bereich ‚Umwelt & Naturschutz‘

Kombination von bio und regional

Bereich ‚Gesellschaft & Soziales‘

Als Supermarkt Angebot in die Breite, wirkt in die Gesellschaft → Vorbildfunktion

Bereich ‚Fernwirkungen‘

Erhalt der Kulturlandschaft und des bäuerlichen Lebens in der Region

[für Details zur Bewertung bitte hier klicken](#)

SEBO Produkt- Check - Bewertung Feneberg – ‚von Hier‘ Produkte

Allgemeine Daten Feneberg: Regionaler Einzelhandel mit angeschlossener Verarbeitungs- und Veredelungsbetrieben in der Region Allgäu und Oberschwaben; 3.800Mitarbeiter, 12 Verbrauchermärkte > 2.500 m², 65 Supermärkte < 1.200 m², Fleischwarenproduktionen mit eigenen Fachverkaufsstellen, Bäckereiwarenproduktionen mit eigenen Fachverkaufsstellen, Systemküche, Restaurants, Catering³
(Eines der letzten familiengeführten mittelständischen Unternehmen in dieser Branche)

Soziales und Gesellschaft

Kriterien	--	-	0	+	++	Argumente und Anmerkungen
CSR: Soziales Engagement einer Firma im Bereich der Freizeit, Erholung und Kultur, der Familien- und Kinderfreundlichkeit, der Integrationsbemühungen usw. (z.B. Sponsoring)				+		Bonussystem bei von Hier- Produkten, regionale Tourismusangebote als Anreiz
Trägt das Unternehmen zum Engagement und zur Bildung tragfähiger Beziehungsnetze im Unternehmen wie in der Gesellschaft bei? (z.B. Arbeitszeiten, unterstützende Leistungen für Mitarbeiter und für gesellschaftliche Kräfte)					++	Arbeitszeitsystem „Arbeitszeit nach Maß“ (Jobsharing und flexible Arbeitszeiten), möglichst keine Verlängerung der Ladenöffnungszeiten (in RV 19/20 Uhr) ⁹
Würdigung / Förderung unterschiedlicher Kulturen sowohl in der Firma als auch in der Gesellschaft, Diversitäts- Management, Lebensentwürfe usw.			0			Ist uns nichts bekannt
Welche Auswirkungen hat das Unternehmen auf die Chancengleichheit von Frauen und Männern?				+		Arbeitszeitsystem „Arbeitszeit nach Maß“ (Jobsharing und flexible Arbeitszeiten), möglichst keine Verlängerung der Ladenöffnungszeiten ⁹
Gesundheit und Gesundheitsvorsorge: Hat das Produkt positive oder negative Wirkungen auf die Gesundheit?				+		Gehalt an Omega 3- Fettsäuren bei Milchprodukten (Weidehaltung, wird auch als Kontrollwert benutzt)
Ist das Unternehmen aktiv im Bereich der Nothilfe und Armutslinderung?				+		Bad Waldsee: Spenden an den Tafelladen, Kempten: Partner des Kempodium – Allgäuer Zentrum für Eigenversorgung ⁵

Umwelt und Ressourcen

Kriterien	--	-	0	+	++	Argumente und Anmerkungen
Welchen Einfluss hat das Produkt / Unternehmen auf den sparsamen und					++	Ökobilanz von ‚von hier‘- Produkten ist nahezu um das Dreifache besser als bei konventionellen Produkten (Bioanbau, Verkehrs-

effizienten Umgang mit Rohstoffen und Energie?					vermeidung, Energiebilanz usw.) ²
Führt das Produkt / Unternehmen zu einer verstärkten Nutzung ökologisch sinnvoller nachwachsender Rohstoffe und erneuerbarer Energieträger?			0		Keine besonderen Aktivitäten bekannt (evtl. nachrecherchieren: Futtermittelherkunft)
Wie wirkt sich das Produkt / Unternehmen auf den Artenreichtum (Tier- / Pflanzenwelt) aus?			+		Bioanbau ¹ , Erhalt Kulturlandschaft, Kriterien Tierhaltung gehen über EU Bio-Verordnung hinaus (z.B. Weidehaltung) ⁸
Umweltqualität: Welche Auswirkungen hat das Produkt / Unternehmen auf den Zustand von Boden, Luft und Wasser?			+		Bioanbau bei ‚von hier‘- Produkten ¹
Fördert das Produkt / Unternehmen eine umweltfreundliche Logistik bzw. die Fortbewegung mit Bus, Bahn, Rad und zu Fuß?			+		Regionale Logistik - Ökobilanz von ‚von Hier‘- Produkten ist nahezu um das 3fache besser als bei konventionellen Produkten (Bioanbau, Verkehr, Energiebilanz usw.) ²
Welchen Einfluss hat das Produkt / Unternehmen auf den sparsamen und effizienten Umgang mit Grund und Boden / Flächen?			0		Ist uns nichts bekannt
Hilft das Produkt / das Unternehmen Abfall zu vermeiden bzw. zu recyceln (nicht zu downcyclen)			+		Ist uns aktuell wenig bekannt (Joghurt - Pfandglas). Beim Pro Mehrweg- Wettbewerb des BUND 2000/2001 wurde Feneberg ausgezeichnet.
Welche Auswirkungen hat das Produkt / Unternehmen auf die Lärmbelastung von Mensch und Umwelt?			+		Verkehrsvermeidung durch Regionalität, kein Radiogedudel im Supermarkt
Informationsökologie: überflutet das Unternehmen die Kunden mit sinnentleerer Information (Menge und Qualität)?			0		(Menge und Qualität der Werbung)

Wirtschaft und Arbeit

Kriterien	--	-	0	+	++	Argumente und Anmerkungen
Wo ist die Produktion / wo entsteht die Wertschöpfung aus diesem Produkt / bei diesem Unternehmen (ganze Wertschöpfungskette incl. Zulieferbetriebe usw.)?					++	Regional erzeugtes Bio-Sortiment, 400 Produkte (100 km Radius) ^{1,7} 448 landwirtschaftliche Erzeuger und 23 Verarbeitungsbetriebe sind ‚von Hier‘- Vertragspartner ³ Ca. 300 Betriebe erhalten durch das ‚von Hier‘- Programm eine zusätzl. Wertschöpfung von 6.038 €/Betrieb und Jahr ⁴ 10 Mio € Jahresumsatz mit ‚von Hier‘- Produkten, 18 Mio € jähr-

					liche Wertschöpfung in der Landwirtschaft ³
Ist das Unternehmen aktiv in Wirtschaftskooperationen im Sinne von SEBO				+	Unterstützt die Qualitätsinitiative ‚Bio mit Gesicht‘ ⁶
Öffentlicher Haushalt: Hat das Produkt / das Unternehmen negative Auswirkungen auf die öffentlichen Haushalte? (Subventionen, Lohndumping, Korruption, Folgekosten)				++	Jeder Verbraucher, der sich konsequent mit ‚von hier‘ Produkten versorgt, spart der Allgemeinheit Kosten von rund 500 €/Jahr (ca. 2,25 Mio € für die ganze ‚von hier‘ Produktpalette/Jahr) ²
Privater Haushalt: Hat das Produkt / das Unternehmen negative Auswirkungen auf private Haushalte? (Hochpreisprodukte, Rabattsysteme, Kundenbindungen usw.)			0		Waren sind teurer als bei Aldi, Lidl & Co, aber Supermarkt- Preisniveau. ‚Von hier‘ - Produkte haben nochmals einen Preisaufschlag, es gibt ein Bonussystem (Sammelpunkte)
Innovationen: Werden hilfreiche Neuerungen, gute Ideen und Know-How im Sinne von SEBO gefördert?				+	Hauptpreisträger des Bundeswettbewerbs ‚natürlich regional! 2007‘ für Regionalinitiativen.
Welche Auswirkungen hat das Produkt / Unternehmen auf die Menge und Qualität der Arbeitsplätze (ganze Wertschöpfungskette incl. Zulieferer / Händler)				+	Das ‚von Hier‘ Programm trägt 500 Arbeitsplätze in der Region ³ , trotz sinkender Beschäftigungszahlen konstante Zahl Azubis ⁹
Welche Auswirkungen hat das Produkt / Unternehmen auf das Lohnniveau (ganze Wertschöpfungskette incl. Zulieferer und Händler)					Wissen wir nicht
Stärkt das Produkt / das Unternehmen die Nahversorgung?				+	Filialnetz, eher kleinere Betriebe, teilweise in Stadtzentren
(Weiter)Bildung: Bringt das Unternehmen neue Bildungsangebote? Ermöglicht es Lernprozesse bei Mitarbeitern / der Öffentlichkeit?				+	Innerbetriebliche Ausbildungszirkel und Seminare zur Qualifizierung ⁹
Im Rahmen der wirtschaftlichen Beziehungen positiver Einfluss auf Selbstorganisation, Selbsthilfe und Entscheidungskompetenz (z.B.: Kooperativen, Produktions- und Vermarktungsstrukturen usw.)				+	Regionale Kooperationen zwischen Erzeugern und Handel in Form langfristiger Verträge ¹

Zeitliche und räumliche Fernwirkungen

Kriterien	--	-	0	+	++	Argumente und Anmerkungen
Fehlertoleranz: Wird mit Fehlern konstruktiv umgegangen? Wie wirken sich mögliche Fehler langfristig aus? (z.B. Atomkraft, Gentechnik)				+		Bioanbau ist Gentechnik- frei
Information und Transparenz: Fördert das Unternehmen den mündigen Konsumenten im Sinne von SEBO? Sind alle relevanten Informationen verfügbar und leicht zu verstehen?				+		Vorbildfunktion, Aufklärung

Langfristige Umweltwirkungen: Welchen Einfluss hat das Produkt / Unternehmen auf die Umweltsituation in der Zukunft?				++	Positive langfristige Wirkungen durch Schonung von Energie und Boden / Wasser / Luft durch regionale Bioprodukte ¹
Überregionale Umweltwirkungen: Welchen Einfluss auf die Umwelt hat das Produkt / Unternehmen über die Region hinaus?				+	Überregionale Wirkungen (z.B. Klimaschutz) [gesamtes Ladenkonzept: in Ergänzung zum ‚von Hier‘- Sortiment Alnatura und andere Bioprodukte]
Langfristige wirtschaftliche Wirkungen: Welchen Einfluss hat das Produkt / Unternehmen auf die Wirtschaftssituation der kommenden Generationen?				+	Erspar der öffentlichen Hand Kosten ^{1,2}
Überregionale wirtschaftliche Wirkungen: Welchen Einfluss auf die Wirtschaft hat das Produkt / Unternehmen über die Region hinaus?				+	[gesamtes Ladenkonzept: in Ergänzung zum ‚von Hier‘- Sortiment Fair Trade- Produkte]
Langfristige gesellschaftliche Wirkungen: Welchen Einfluss hat das Produkt / Unternehmen auf die gesellschaftliche Situation der kommenden Generationen?				+	Sicherung der mittelständischen Landwirtschaft in der Region, Generationenvertrag, Sicherung des ländlichen Raums
Überregionale gesellschaftliche Wirkungen: Welchen Einfluss auf die Gesellschaft hat das Produkt / Unternehmen über die Region hinaus?				+	Höchstens indirekt als Vorbild [gesamtes Ladenkonzept: in Ergänzung zum ‚von Hier‘- Sortiment Fair Trade- Produkte]

An der Bewertung haben sich beteiligt: Monika Artlich, Gerhard Maluck, Marco Wottge, Klaus Czermel, Wolfram Frommlet und sieben weitere Teilnehmer-Innen des BUND-Plenums , ViSdP.: Manfred Walser

Quellen:

- 1 Demmeler M (2004): Ressourceneffizienz regionaler und ökologischer Lebensmittel – Eine kombinierte Anwendung von Ökobilanzierung und ressourcenökonomischer Analyse. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e. V., Bd. 39. 136-140
- 2 Waren der Region ein Gewinn für die Allgemeinheit, Schwäbische Zeitung vom 18. Dez. 2001
- 3 Homepage des Unternehmens (<http://www.feneberg.de/>)
- 4 Kulturlandbüro Wirthenson: Markenprogramm Von Hier 2004 – Berechnung der Wertschöpfung für die Landwirtschaft (unter www.feneberg.de, VonHier Studium)
- 5 Tafelladen Bad Waldsee, Homepage unter http://www.kolping.de/kf/kolpingsfamilie_bad_waldsee/index.html?page_id=42, zum Kempodium <http://www.sozialestadt.de/praxisdatenbank/suche/ausgabe.php?id=365>
- 6 Qualitätsinitiative ‚Bio mit Gesicht‘ (<http://www.bio-mit-gesicht.com>)

- 7 Das Gute so nah. In Deutschland erwacht ein Gegentrend zur Globalisierung: Regionale Lebensmittel sind im Kommen, Süddeutsche Zeitung, SZ Wochenende vom 24. Sept. 2005
- 8 Kurzporträt Firma Feneberg, <http://www.allianz-fuer-tiere.de/974.0.html>, sowie Laudatio auf die Firma Feneberg Lebensmittel, von Karl Ludwig Schweisfurth, Gründer der Schweisfurth-Stiftung, <http://www.allianz-fuer-tiere.de/969.0.html>
- 9 Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (2007): Verantwortlicher Handel. Wahrnehmung der sozialen Verantwortung durch deutsche Einzelhandelsunternehmen, S.11