

# WerteMarken.

## Bio allein ist nicht genug.



### Das Selbstverständnis der WerteMarken

Die WerteMarken sind ein Kreis von Bio-Unternehmen, die zu den Pionieren der Branche zählen. Wir haben uns der Frage verschrieben, wie Ethik im Bereich des wirtschaftlichen Handelns heute aussehen sollte und gelebt werden kann. Diese Diskussion wollen wir auch über die eigene Branche hinaus führen.



#### 1. Verantwortlich wirtschaften

Die WerteMarken haben sich von Beginn an nicht nur über ökologische Produktion Gedanken gemacht, sondern auch soziale und gesellschaftspolitische Aspekte berücksichtigt. Wir betrachten Ethik als wesentliches Handlungsfundament. Gerade in ländlichen Regionen wirken wir als Wirtschaftsmotor und engagieren uns für unser gesamtes Umfeld.



#### 2. Organisch wachsen

Die WerteMarken halten eine Entwicklung für sinnvoll, die in Tempo und Größe maßvoll bleibt und zum jeweiligen Unternehmen passt. Auf diese Weise können wir ethische Grundsätze leichter und individueller umsetzen. Wir streben stets das richtige Maß an, das uns sowohl ökonomische Erfolge als auch die Übernahme unserer sozialen und ökologischen Verpflichtung ermöglicht. Effizienz betrachten wir dabei sowohl als Folge wie auch als Voraussetzung für gelebte Verantwortung.



#### 3. Geschäft und Ethik sind eins

Die WerteMarken verstehen ihre ethische Grundhaltung als integralen Bestandteil ihrer Unternehmenstätigkeit. Wir sind davon überzeugt, dass Wirtschaft Weitsicht über die eigenen kurzfristigen finanziellen Interessen hinaus braucht, um soziale und ökologische Probleme zu vermeiden, die langfristig auf die Gesellschaft und damit auch die Unternehmen zurückfallen. Das damit verbundene Engagement muss mit dem Selbstverständnis und den Produkten des Unternehmens in Einklang stehen, um authentisch und glaubwürdig zu sein.



Ökologische Molkereien Allgäu

#### 4. Unsere Ideen leben durch unsere Mitarbeiter\*innen

Unsere Prinzipien leben dann, wenn unsere Mitarbeiter\*innen in ihrer beruflichen Tätigkeit ökologisch, sozial und ökonomisch verantwortlich handeln. Die WerteMarken schaffen ein Umfeld, das es ihnen leicht macht, die eigene Tätigkeit als sinnvoll, einflussreich, effizient und nachhaltig zu begreifen. Ehrliche Mitarbeiter\*innenorientierung und unsere ethische Grundhaltung sind der Schlüssel dafür, dass wir qualifizierte Mitarbeiter\*innen gewinnen und binden.



#### 5. Wir sind auf dem Weg

Für die WerteMarken gilt, dass wir hohe Ansprüche an uns selbst haben und sie auch formulieren. Und zwar auch dann, wenn wir den Ansprüchen derzeit nicht alle in demselben Maß gerecht werden können. Wir hinterfragen uns immer wieder neu und lernen weiter. Die WerteMarken machen ihre ethische Grundhaltung, ihr darauf aufbauendes Handeln und ihre daraus resultierenden Erfolge transparent. Wir sind stets offen für konstruktive Kritik und weiterführende Impulse.

# WerteMarken.

## Bio allein ist nicht genug.

Die Umsetzung der Positionen: Identität finden und bewahren

Unsere Authentizität und Glaubwürdigkeit können wir nur bewahren, wenn wir unsere ethischen Positionen auch konsequent umsetzen. Die einzelnen WerteMarken tun dies auf ihre jeweils eigene Weise und ihrer Identität entsprechend. Daraus resultieren unter anderem folgende Haltungen:

- partnerschaftlicher Umgang mit dem Groß- und Einzelhandel
- Vermarktung über den Fachhandel
- verlässliche und langfristige Beziehungen entlang der Wertschöpfungskette
- regional verfügbaren Produkten bei gleicher Eignung und Qualität den Vorzug geben
- wenn internationale Produkte, dann möglichst nach den Prinzipien des fairen Handelns
- gesellschaftliches Engagement in der Region
- Engagement für Umweltschutz und gegen Gentechnik
- Mindestlohn und Lohngerechtigkeit
- Angebote rund um Gesundheit, Wohlergehen, Ernährung und Vorsorge der Mitarbeiter\*innen

Mai 2014

