



WIN-CHARTA ZIELKONZEPT

2023

UNVERPACKT GD
WISSENSSCHÜTTE



Inhaltsverzeichnis

- 1. Über uns1**
- 2. Die WIN-Charta2**
- 3. Unsere Schwerpunktthemen.....3**
- 4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen4**
 - Leitsatz 06 – Produktverantwortung4
 - Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze4
 - Leitsatz 05 – Energie und Emissionen5
- 5. Weitere Aktivitäten6**
 - Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden6
 - Umweltbelange.....6
 - Ökonomischer Mehrwert.....7
 - Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....7
 - Regionaler Mehrwert.....7
- 6. Unsere WIN!-Projekte.....9**
- 7. Kontaktinformationen.....10**
 - Ansprechpartnerin/ Ansprechpartner10
 - Impressum.....10

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Wir sind ein kleiner BIO-Markt mit unverpackten Lebens- und Haushaltsmitteln seit Juli 2015 in Schwäbisch Gmünd.

So **charmant** und **persönlich** wie ein Tante-Emma-Laden und doch so vielseitig sortiert wie ein kleiner Discounter.

Unser Ziel: Verpackungsmüll reduzieren bzw. komplett zu vermeiden.
Aus Rücksicht auf unsere Umwelt, die Tiere und die nachkommende Generationen.

Bewusst einkaufen!
Bewusst leben!
Fair und nachhaltig.

Derzeit arbeiten im unverpackt GD 3 Teilzeitkräfte (Inhaberin mit eingeschlossen), ein Einzelhandelskaufmann in Ausbildung und 2 520,00 € Kräfte.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: "Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."

Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: "Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: "Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: "Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: "Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: "Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: "Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitende als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig.

3. Unsere Schwerpunktthemen

KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTIGKEITSARBEIT

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

- Leitsatz 06 – Produktverantwortung: "Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."
- Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."
- Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Wir sind BIO-Zertifiziert, weil es für uns eine Lebenseinstellung ist, gut mit der Natur umzugehen, sie zu schützen und zu bewahren!

Bio hat klare Richtlinien und wird mindestens 1x im Jahr streng kontrolliert.
 Das Bio-Kontrollsystem ist damit eines der dichtesten und wirksamsten im Lebensmittelbereich
 Bio ist Bienenfreundliche.
 Bio verzichtet auf Gentechnik.
 Bio ist klimafreundlich.
 Bio schützt den Boden und sorgt für einen Humus-Aufbau.
 Bio hat eine transparente Herstellung.
 Bio hat ein besseres und natürlicheres Geschmackserlebnis.

Wir möchten wissen was wir essen, nämlich natürlich und ohne künstliche Zusatzstoffe!

Weil BIO nicht gleich Bio ist!
 Für viele Supermärkte und Discounter ist BIO nur Werbung für noch mehr Gewinn.
 Man findet hier meistens nur den niedrigsten Standard.

Wir geben uns nicht mit den Mindeststandards zufrieden, unsere Lieferanten findet Ihr nicht im „normalen“ Supermarkt sondern nur im Biofachhandel. Denn nur hier trifft ein gemeinsames Werteverständnis aufeinander. Wir tragen diese Werte mit und sind bereit dafür den richtigen Preis zu zahlen. Nur wenn Menschen wirklich bewusst auswählen, was und wo sie es kaufen – nur dann kann diese Wertschätzung durchgereicht werden und wieder beim Ursprung ankommen: Bei den Landwirt:innen, die im Einklang mit der Natur arbeitet.

..

Durch unseren Stromlieferanten Green Planet Energy beziehen wir 100% Ökostrom.
 Unser Ziel Co2 neutral zu werden durch Kompensation über ein Dienstleistungsunternehmen.

4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

Leitsatz 06 – Produktverantwortung

WO STEHEN WIR?

Durch unsere eigene BIO-Zertifizierung stehen wir in der Verantwortung für die Marke und deren Qualität. Leider sind Vorurteile gegenüber Bio-Lebensmitteln weit verbreitet: zu teuer, ist doch eh alles Schwindel, konventionelle Lebensmittel sind genau so gut, ...

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Bei der Eröffnung 2015 hatten wir einen BIO Anteil von ca. 60 % des Warenangebotes bei 260 Artikeln, mittlerweile sind wir bei 95% bei 1100 Artikeln.

Unser Angebot soll, bei weiterhin 95-98% BIO Anteile, weiter erhöht werden!

Nebenbei möchten wir den Kunden beweisen, dass BIO nicht gleich BIO ist, das es sich lohnt BIO Lebensmittel zu kaufen und diese nicht unbedingt teurer sind.

Wir möchten den Kunden den Unterschied von einer konventionellen Landwirtschaft zu einer ökologischen Landwirtschaft aufzeigen.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Sortimentsausbau / Anzahl der angebotenen Ware soll weiterhin wachsen
- Ziel Ende 2023 1500 Artikel.
- Die Anzahl der Seminare und Workshops soll nach Corona wieder steigen.

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

WO STEHEN WIR?

Corona und die anschl. Krise hat den unverpackt Läden schwer geschadet.

Auch bei uns ist der Umsatz teilweise bis zu 50% eingebrochen.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Nachhaltigkeit ist für viele Menschen mit Verzicht und hohen Kosten verbunden! Diesem Vorurteil entgegen zu wirken, sehen wir als unsere Aufgabe.

Denn eines ist sicher: „Tun wir nichts, zahlen wir einen deutlich höheren Preis! Nicht nur in Form von Geld, sondern auch mit Menschenleben und Arbeitsplätzen.“

Nachhaltigkeit ist für uns mit neugierig sein und einmal etwas Neues ausprobieren verbunden!

Denn es geht letztendlich um die Fragen: "Wie wollen wir heute und in Zukunft leben? Was hinterlassen wir den Generationen, die noch kommen werden?"

Mit unserm Leitsatz: „Mit Leichtigkeit die Welt retten funktioniert - man muss nur wissen wie!“ möchten wir unseren Kunden zeigen, wie leicht es ist seinen ökologischen Fußabdruck zu verbessern und dabei etwas Gutes zu gut.

Durch eine gute und aufklärende Werbung, Seminare und Workshops sowie eine gute Kundendienstleistung möchten wir auf uns aufmerksam machen und die Weiterempfehlung ankurbeln.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Die Anzahl der täglichen Kunden soll wieder auf 80 steigen.
- Die Anzahl der stattfindenden Seminare und Workshops soll nach Corona wieder steigen.

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

WO STEHEN WIR?

Durch unseren Stromlieferanten Green Planet Energy beziehen wir 100% Ökostrom.

Beim Neukauf von Elektrogeräten achten wir weiterhin genau auf die Energieeffizienz und möchten auch hiermit Strom einsparen. Unsere Beleuchtung ist bereits komplett auf LED umgerüstet.

Wir wollen Co2 neutral werden!

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Unser nächster Schritt ist eine Co2 Analyse und das anstreben den Co2 Ausstoß durch den Erhalt von alten Wäldern zu kompensieren. Hierfür werden wir das Urwald-Buchenwald-Projekt von Peter Wohlleben unterstützen.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Bis Ende 2023 wollen wir unseren Co2 Ausstoß ermitteln.
- Anhand der ermittelten Werte werde wir unsere Unterstützung für das Urwald-Buchenwald-Projekt ausbauen.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Die Anzahl der fair produzierten Produkte soll weiter erhöht werden.
- Wir werden weiterhin unsere Lieferanten und deren Lieferkette genau durchleuchten und nur noch mit Lieferanten zusammen arbeiten, die auf Augenhöhe und Hand in Hand mit ihren Anbau-Lieferanten und deren Mitarbeiter arbeiten. Die Einhaltung von Menschen- und Arbeitnehmerrechten ist fester Vertragsbestandteil mit unseren liefernden Unternehmen.

LEITSATZ 02 –WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Die Löhne sollen weiter steigen und weit über dem Mindestlohn liegen.
- Wir sind alle gleich, jeder darf unverpackt GD mit gestalten.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Der Dialog mit Kundinnen und Kunden erfolgt unter anderem über Social Media Plattformen wie Facebook und Twitter.
- Impulse und Beschwerden von Seiten der Kundschaft sind uns wichtig und werden systematisch bearbeitet.
- Wir machen nicht nur an den Nachhaltigkeitstagen des Landes Baden-Württemberg eine öffentliche Betriebsführung.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Dank unserer Kunden haben wir von 2015 bis Juli 2022 ca. 21.400,00 kg* Verpackungsmüll eingespart. Uns reicht das aber nicht - WIR wollen MEHR!

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Der Einsatz des eigenen PKW´s soll verringert werden in dem auf das Jobrad umgestiegen wird.

- Siehe oben.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Siehe oben.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Siehe oben.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir achten stets auf die Nachhaltigkeit unseres Handelns.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir streben wieder eine hohe Eigenkapitalquote an, um auch in Zukunft unabhängig unternehmerisch entscheiden zu können.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir führen einen offenen Dialog mit Mitarbeitenden, Kundschaft, Lieferfirmen und allen anderen Partnerinnen und Partnern.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir unterstützen personell (und gegebenenfalls auch finanziell) ein Projekt vor Ort.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Durch unser Angebot und Tun motivieren unsere Kundschaft im Zuge einer Social Media-Kampagne über unser nachhaltiges Leistungsangebot zu nachhaltigem Handeln.
- Durch unseren MüllRechner auf unserer Website ist klar nachvollziehbar wie viel Müll wir bereits eingespart haben.
- Die Bevölkerung wird über unser soziales und ökologisches Engagement informiert.

6. Unsere WIN!-Projekte

DIESE PROJEKTE WOLLEN WIR WEITERHIN UNTERSTÜTZEN

Kleidertausch:

Zweimal im Jahr organisieren wir gemeinsam mit dem Weltladen und dem Stadtjugendring einen Kleidertausch in der Gmünder Volkshochschule, mit dem Ziel gegen die Verschwendung von Ressourcen anzugehen. Des weiteren machen wir dabei auch auf den „un“fairen Handel in der Kleiderindustrie aufmerksam. Dies geschieht z.B. mit Filmen wie „Made in Bangladesh“.

Aufrunden bitte:

Durch eine Kundenidee, steht seit Beginn an eine kleine Spendenkasse auf unserer Theke, denn viele Kunden möchte ihr Rückgeld in Form von Centbeträgen nicht gerne weiter geben.

Der zusammengekommene Betrag wird von uns regelmäßig aufgerundet und kam folgenden Organisationen bereits zugute:

Küche der Barmherzigkeit
Gemeinsam gegen Kinderarmut
Viva con Agua
Kinderglück, wir helfen zu helfen
Simons Delfintherapie (dolphin aid)
BUND
DRK Schwäbisch Gmünd, neuer Krankenwagen mit Säuglingsausrüstung
Stern Nepal, Kinder eine Zukunft geben
Tour Ginkgo
WWF Patenschaft für Eisbären

Führungen, einmal unverpackt und zurück:

Es gibt immer ein großes Interesse an Vorträgen und Führungen, an der Müllvermeidung und am selber machen. So kamen unsere Ladenführungen zustande, die von Schulklassen, Landfrauen, ... immer gerne angenommen werden.

Hier geben wir unser Wissen zur Müllvermeidung gerne weiter und geben zusätzlich noch Tipps und Rezepte zum selber machen mit (DIY für Kosmetik und Reinigungsmittel).

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Diese Maßnahmen umfassten einen Zeitaufwand von ca. 2-8 Stunden in der Woche, vor Corona.

Langsam läuft alles wieder an.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin/ Ansprechpartner

Stephanie Adler

Impressum

Herausgegeben am 13. April 2023 von

unverpackt GD - Wissensschütte
Sebaldstrasse 2
73525 Schwäbisch Gmünd
Telefon (07171) 877 5180
E-Mail: mail@unverpackt-gd.de
Internet: www.unverpackt-gd.de

