

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname/ Logo: Fairfleisch GmbH



Branche: Lebensmittel, Fleischgewinnung

Firmensitz: Fritz-Reichle-Ring 4; 78315 Radolfzell

Kontakt: Matthias Minister,
m.minister@fairfleisch.de, www.fairfleisch.de

Anzahl Mitarbeitende: 35

Vollzeitäquivalente: 20

Anzahl Saison- oder
Zeitarbeitende: keine, gelegentlich Ferienjobber

Umsatz (€): 4 Mio €

Verbundene Unternehmen: nein

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die Fairfleisch GmbH vertreibt ausschließlich Fleisch aus artgerechter oder biologischer Tierhaltung. Gemeinsam mit 4 anderen Metzgern betreiben wir einen handwerklichen Metzgerschlachthof in Überlingen / Bodensee.

Die Landwirte, welche ihre Tiere an Fairfleisch liefern, müssen umfangreiche Kriterien bzgl. der Tierhaltung und Fütterung erfüllen: Auslauf oder Offenstall, mit Stroh eingestreute Liege- und Aktivitätsbereich, mind. doppelt so viel Platz wie gesetzlich vorgeschrieben, keine Anbindung oder sonstige Fixierung, gentechnik-freies Futter, keine vorbeugenden Antibiotika und keine Importfuttermittel aus Übersee, Weidegang für die Rinder... Das sind die wesentlichen Richtlinien der Tierhaltung. Wir zahlen unseren Landwirten einen deutlich höheren Preis als der konventionelle Handel; die Preise sind über längere Zeit fix und unterliegen keiner Spekulation. Daneben verarbeiten wir auch Tiere von Biobetrieben. Damit die Lieferkette durchgängig als „Bio“ bezeichnet werden kann sind der Schlachthof und die Zerlegung ebenfalls Bio-zertifiziert. Alle Schweine und Rinder, welche das Fleisch für die Vermarktung liefern sind von den Mitarbeitenden von Fairfleisch geschlachtet worden. Wir kaufen kein fremdes Fleisch zu, die Verwertung der Tiere von „nose to tail“ ist schon immer unser Konzept. Das Fleisch wird an Metzgereien, Gastronomie und Kantinen verkauft und natürlich in unserem eigenen Werksverkauf. Außerdem übernehmen wir in zunehmendem Umfang Lohnarbeiten für Direktvermarkter, Hofläden, Streetfood Trucks und den Online Shop „KaufneKuh“.

Im Gegensatz zur konventionellen Fleischbranche haben wir keine Werkverträge, zahlen schon immer über dem Mindestlohn und schulen unsere Mitarbeitenden regelmäßig in den unterschiedlichen Bereichen.

Das Unternehmen und GWÖ

Als ich vor einigen Jahren zum ersten Mal von GWÖ gehört und mich dann weiter informiert habe, hat mich sehr angesprochen, dass es ein ganzheitliches Konzept ist, zur Lösung der gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit. Andere Ansätze betrachten nur die ökologische Nachhaltigkeit, oder nur die soziale Frage oder geben nur Antworten auf die politische Lage. Aber letztlich hängen diese Themen zusammen und sind auch nur im Ganzen zu lösen.

Die GWÖ hat die Themen, die mich schon seit einigen Jahrzehnten beschäftigen als theoretisches und praktisches Konzept formuliert. Ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit, Zweifel an einem fragwürdig definierten Leistungs- und Konkurrenzdenken usw.. Letztlich geht es um ein, in jeder Hinsicht, zukunftsfähiges Gesellschafts- und Wirtschaftssystem. Es ist mir außerdem wichtig, dass die GWÖ keinen ideologischen Anspruch hat – solche Ansätze, ob von rechts oder links haben in der Vergangenheit ihre Unzulänglichkeit gezeigt und dabei viel Unheil angerichtet. Mich hat das Konzept der GWÖ überzeugt. Es ist logisch, plausibel und mit der Matrix im Grunde einfach zu verstehen.

Mit der Gründung und dem Aufbau der Fairfleisch GmbH habe ich meine Vorstellungen von einer guten Tierhaltung und einer kooperativen Unternehmensführung verwirklicht und möchte das weiterentwickeln. Das findet sich z.B. im Firmennamen wieder, der mir immer besser gefällt; „Fairness“ ist die Grundeinstellung für eine zukunftsfähige Gesellschaft, weltweit. In einer demokratischen und rechtsstaatlichen Gesellschaft gibt es nur diese Möglichkeit für eine umfassende Wende. Somit ist GWÖ in erster Linie meine Grundeinstellung und nur beiläufig eine Unternehmensstrategie. Ich habe diese Ziele schon immer verfolgt, bin aber froh, dass die GWÖ dieses ganzheitliche Konzept formuliert.

Das Seminar und den Bericht habe ich bisher im Betrieb nicht kommuniziert und alleine absolviert, weil ich mich zunächst damit selbst befassen wollte. Zudem habe ich bisher noch keine Idee, wie ich das im Betrieb vermitteln soll. Im konkreten Fall z.B. bei den Umweltmaßnahmen ist das vermutlich einfach, weil die Mitarbeitenden in diesem Bereich schon mit verschiedenen Maßnahmen wie z.B. der Umstellung von Reinigungsmitteln konfrontiert werden. Um den GWÖ-Prozess weiter zu führen, muss ich im Betrieb entsprechende Strukturen finden und vor allem Zeit dafür frei machen. Neben den 20h für das Seminar habe ich jeweils ca. 1,5h für die Vor- und Nacharbeit benötigt und ca. 6-8h für den Bericht.

Ich habe im Verlauf des letzten Jahres auch an mehreren Treffen der Regionalgruppe in Friedrichshafen teilgenommen.

Teilnahmebestätigung „Aktives GWÖ-Mitgliedsunternehmen“

GWÖ-Mitglied seit März 2020; Mitgliedsnummer: 202000142DE / 20200023BAW



TEILNAHME- BESTÄTIGUNG

Wir bestätigen Herrn/ Frau/ Firma

Matthias Minister
Fa. Fairfleisch GmbH, Radolfzell

Die erfolgreiche Teilnahme an der Workshopserie für Unternehmer*innen:

MikroGemeinwohlbericht

Die Teilnehmer*innen erfuhren eine Einführung in die Gemeinwohlökonomie und erarbeiteten sich „erste Schritte zum Gemeinwohl“ mit eigenen Maßnahmen über die Werte:

1. Menschenwürde
2. Solidarität und Soziale Gerechtigkeit
3. Ökologische Nachhaltigkeit
4. Transparenz und Mitbestimmung

Gesamtumfang: 20 Std. (4 x 5h) im Zeitraum April-Juli 2020, plus einer Nachschau.

Wir freuen uns über das neue „Aktive GWÖ Mitgliedsunternehmen“ und wünschen Ihnen einen nachhaltigen Erfolg für die Zukunft.

Friedrichshafen, den 31. Juli 2020



Thomas Henne, Dipl. Kfm., zert. GWÖ-Berater

Verein zur Förderung der Gemeinwohlökonomie e.V.
Bodensee-Oberschwaben

1 Menschenwürde

_ Berührungsgruppen A-E

Die Achtung der Menschenwürde in Bezug auf die erste Berührungsgruppe, die Lieferant*innen der Fairfleisch GmbH, ist Bestandteil meines Geschäftsmodells. Die wichtigste Gruppe der Lieferant*innen sind die Bauern und Bäuerinnen, von denen wir die Tiere kaufen. Ich kenne alle diese landwirtschaftlichen Betriebe und lege Wert darauf, dass das geschäftliche Verhältnis gleichzeitig ein partnerschaftliches ist. Von einigen, der anderen Lieferant*innen wie z.B: Energie, Gewürze, Verpackung habe ich bisher wenige Kenntnisse über deren Lieferkette.

Die Maschinen und Ersatzteile stammen überwiegend von deutschen, meistens sogar süddeutschen Herstellern. Die Reinigungsmittel habe ich im Verlauf des GWÖ Seminars bereits auf den regionalen und ökologischen Hersteller Sonett umgestellt.

Einfache Hilfsmittel wie Bürsten, Reinigungs- und Geschirrtücher beziehen wir von verschiedenen Blindenwerkstätten.

Die Finanzpartner*innen sind unter anderen die Sparkasse Singen-Radolfzell, die Volksbank Überlingen und die Südwestbank. Genauere Kenntnisse über deren Geschäftstätigkeit oder die Aktivitäten der zahlreichen Leasinggesellschaften und Versicherungen, mit denen inzwischen Geschäftsbeziehungen bestehen, habe ich nicht.

Mein Fokus bezüglich der Menschenwürde liegt eindeutig bei der Bezugsgruppe der „Mitarbeitenden“. Ich denke, dass die Integration von sehr unterschiedlichen Menschen bei uns gut gelingt. Die Unterschiede liegen in der geographischen Herkunft, sozialem Status, physischen und intellektuellen Fähigkeiten, religiöser Ausrichtung, familiärer Situation usw. Die Aufgabe besteht darin, dafür zu sorgen, dass die Menschenwürde der Schwächeren gewahrt bleibt, aber gleichzeitig die Solidarität der anderen nicht überstrapaziert wird. Schnell entsteht das Gefühl der ungerechten Behandlung, z.B. bei der Entlohnung. Das betrachte ich als eine permanente, alltägliche und immer wieder kehrende Herausforderung.

Der andere Ansatzpunkt ist die Bezugsgruppe „Gesellschaftliches Umfeld“, weil die derzeitige Form der konventionellen Agrar- und Ernährungswirtschaft in keinem Bereich zukunftsfähig ist. Bauern und Bäuerinnen werden weltweit ausgebeutet, um für die Industrieländer billige Futtermittel oder Lebensmittel zu produzieren. Auf der anderen Seite zerstören subventionierte Exporte aus Europa die Märkte und damit die Existenz von Bauern und Bäuerinnen in anderen Ländern. Fairfleisch geht hier völlig andere Wege, weil wir keine Importfuttermittel verwenden, unsere Lieferant*innen und Mitarbeitenden deutlich besser bezahlen als dies sonst üblich ist oder Maßnahmen zur Qualifizierung und Weiterbildung anbieten.

2 Solidarität und Gerechtigkeit

_ Berührungsgruppen A-E

Bei diesem Wert steht die Berührungsgruppe „Lieferant*innen“ im Vordergrund. Durch das konsequente Konzept von Fairfleisch mit anspruchsvollen Kriterien in der Tierhaltung, über Transport und Schlachtung kombiniert mit hoher Produktqualität konnte ich eine Nische schaffen, in der die Kund*innen einen höheren Preis für das Fleisch bezahlen. Dadurch ist es möglich, den Landwirten einen deutlich besseren Preis im Vergleich zu den konventionellen Preisen zu zahlen. Die Preise unterliegen keinen Marktspekulationen, sind für alle Lieferant*innen transparent und sind langfristig gesichert. Zudem garantiere ich die Abnahme der aufgestellten Tiere. Lange über 20-jährige Zusammenarbeit sprechen für hohe Zufriedenheit auf beiden Seiten.

Gerechtigkeit gegenüber Mitarbeitenden ist vermutlich ein unendliches Thema. Ich biete große Variabilität bei den Arbeitszeitmodellen (Vollzeit, Teilzeit, Minijob, 4, 5 oder 6 Tage Woche, Sonderstatus bei Alleinerziehenden usw.). Fast alle persönlichen Wünsche werden berücksichtigt. Ich habe nur einen Mitarbeitenden über eine Agentur vermittelt bekommen, den wir derzeit „auslösen“. Alle anderen haben unbefristete Verträge mit der Fairfleisch GmbH. Die Entlohnung ist im Vergleich zu andern Branchen geringer, innerhalb der Branche über dem Durchschnitt.

Ich glaube, dass wir ein gutes Arbeitsklima bieten, was auch erklärt, dass ich bei der Stammbesetzung wenig Personalwechsel habe und hin und wieder neue Bewerbungen bekomme, was in der Branche eher die Ausnahme ist. Circa ein Drittel der Mitarbeitenden haben einen Migrationshintergrund. Es gelingt verhältnismäßig gut, Vorurteile auszuräumen. Allerdings sind die sprachlichen Hürden bisweilen nicht zu überwinden.

Gegenüber unseren Kund*innen pflege ich ein ähnliches Preissystem wie bei den Lieferant*innen: keine Spekulationspreise, langfristig festgeschrieben, transparent. Das ist in der Branche völlig neu und ungewöhnlich, wird aber in aller Regel nach kurzer Zeit als sehr positiv empfunden.

Ich entwickle immer wieder Kooperationen zu anderen Organisationen und Betrieben, aus denen dann sehr häufig geschäftliche Beziehungen entstehen. z.B: Altkuhprojekt von Demeter, Kälbervermarktung am Bodensee, Gutes vom See, Hofschussprojekt von Rengoldshausen.

Worin liegt unser Beitrag für das Gemeinwesen? Konkret z.B. darin, dass ich stets einige „sozial *schwache*“ Mitarbeitende beschäftige, die ansonsten kaum vermittelbar sind. Das erfordert reichlich Solidarität von den anderen Mitarbeitenden, die mehr leisten. Ansonsten sind wir ein Betrieb der auch ohne „Ellbogen“, „Wettbewerb“ und Verdrängung existiert. Im Hinblick auf die notwendige Wende in der Gesellschaft ist es zum jetzigen Zeitpunkt wichtig, Unternehmen zu zeigen, welche die GWÖ Prinzipien umsetzen.

Als Privatperson bin ich seit 25 Jahren Mitglied bei der „Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft“ fast genau so lang beim BUND und beim NABU.

3 Ökologische Nachhaltigkeit

– Berührungsgruppen A-E

Das Geschäftsmodell der Fairfleisch GmbH besteht in der Vermarktung von Fleisch aus artgerechter und ökologischer Tierhaltung. Daher ist dieser Wert der GWÖ für mich der zentrale Baustein meines Geschäftsmodells. Es kommt hinzu, dass Fleisch, im Gegensatz zu Gegenständen des Alltags, ein natürliches Produkt ist und vollständig verwertet wird, wenngleich nicht immer optimal. Das Problem „Abfall“, „Entsorgung“ oder „Wiederverwertung“ besteht kaum.

Ich vertreibe nicht nur Bio-Fleisch, aber auch für die Fairfleisch Linie gelten Regeln der Nachhaltigkeit: kein Importfutter, kein gentechnisch verändertes Futter, keine vorbeugenden Antibiotika, Stroh als Einstreu und Weidegang für Rinder. Hinzu kommen diverse Kriterien der artgerechten Tierhaltung, die im weiteren Sinne zur Nachhaltigkeit zu rechnen sind.

Die Lieferkette ist sehr kurz, da es keinen Zwischenhandel gibt. Ich kenne alle Landwirte die uns Tiere liefern und schließe mit ihnen eine Liefervereinbarung ab – Zukauf am freien Markt findet nicht statt.

Die verbreitete Ansicht, dass Tierhaltung generell klimaschädlich ist, kann ich in diesem Bericht nicht ausführlich erörtern. Nur so viel: entscheidend ist nicht die Tierhaltung an sich, sondern die Art und Weise der Tierhaltung. Wenn man bedenkt, dass 70% der weltweit landwirtschaftlich nutzbaren Fläche Grasland ist, und somit nur von Wiederkäuern wie Rind, Schaf oder Ziege genutzt werden kann, dann leistet die Tierhaltung einen wichtigen Beitrag zur Ernährung. Gerade dieses Grasland bildet viel Humus und bindet damit CO₂. Außerdem ist der Nährstoffkreislauf in Hinblick auf eine ökologisierte Landwirtschaft ohne Tierhaltung kaum möglich.

Die Kritik gilt dagegen der industriellen Tierhaltung und dem zu hohen Fleischverbrauch, die sich gegenseitig bedingen und z.B. zu Brandrodungen im Amazonas führen.

Bei dem Einkauf anderer Betriebsmittel besteht Handlungsbedarf, diesen Bezug auf Nachhaltigkeit zu analysieren. Ich habe damit bereits begonnen und stelle unsere Reinigungsmittel auf den Bezug von Sonett-Produkten um. Des Weiteren gibt es eine Kooperation mit der Technischen Hochschule in Sigmaringen bezüglich Verpackung aus nachwachsenden und recycelbaren Rohstoffen. Des Weiteren soll die Müllmenge reduziert werden. Derzeit teste ich die Möglichkeit, das Fleisch in speziellen Behältern statt in Vakuumbuteln zu reifen.

Beim Bau des Zerlegebetriebes habe ich verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um den Energiebedarf gering zu halten: a) PV Anlage auf dem Dach – damit wird Strom für die Kühlanlage gewonnen b) Kühlanlage mit natürlichen Kältemittel – die sind klimaneutral und c) Wärmerückgewinnung – ist ausreichend für die Heizung der Sozialräume und für das gesamte Reinigungswasser.

Das Verhalten der Mitarbeitenden im Hinblick auf Nachhaltigkeit wurde bisher nur indirekt gefördert, indem sie das Fairfleisch Konzept erfahren und darin eingebunden sind. Schulungen und Besuche bei unseren Landwirten finden regelmäßig statt; wurden seit Corona allerdings ausgesetzt. Und seit einiger Zeit gibt es jede Woche eine kostenlose Obst – und Gemüsebox, die sehr gut angenommen wird.

Unsere Kund*innen werden über Mitarbeiterschulungen, Rundbriefe oder Besuche bei den Landwirten informiert und in Sachen Tierwohl und Nachhaltigkeit sensibilisiert.

Ich denke, dass wir einen guten Beitrag für das gesellschaftliche Umfeld leisten. In den vergangenen 20 Jahren haben immer mehr Landwirte erkannt, dass „Wachsen oder Weichen“ keine zukunftsfähige und schon gar keine zwangsläufige Strategie ist. Das hat noch lange nicht die Masse der Landwirte, Politiker und Verbraucher erreicht, aber wir wirken als Modell für die Agrarwende. Das zeigt sich in den letzten Monaten durch zahlreiche Anfragen.

4 Transparenz und Mitentscheidung _ Berührungsgruppen A-E

Die wesentlichen Inhalte der Fairfleisch GmbH, also die Kriterien der artgerechten Tierhaltung, sind in unterschiedlicher Form allen Beteiligten zugänglich. Ausführliche Informationen gibt es auf der homepage www.fairfleisch.de, einem Newsletter und diversen Flyern.

In Bezug auf die Landwirte als wichtigste Gruppe der Lieferant*innen gibt es eine schriftliche Liefer- und Abnahmevereinbarung verbunden mit der Preismaske bezüglich Qualitäten und Auszahlungspreise.

Gegenüber den Finanzpartner*innen, welche in meinem Fall die Banken und Versicherungen sind, habe ich ein sehr kritisches Verhältnis. Von einer Partnerschaft sind wir weit entfernt; es ist vielmehr eine Abhängigkeit, die im kritischen Fall zur Existenzbedrohung wird. In diesem Bereich besteht enormer Handlungsbedarf im Sinne der GWÖ. Das ist eine große Herausforderung, denn es müssen neue Formen der Unternehmensbeteiligung, Vermögensverteilung, Finanzierung und Risikomanagement gefunden werden. Da sehe ich für mich momentan keine sinnvollen Möglichkeiten des Engagements. Mein Ziel, was ich auch als persönliches Ziel für die nächsten Jahre definiert habe, besteht darin, einen Gesellschafter oder Partner*innen im Hinblick auf eine Betriebsübergabe zu finden.

Gegenüber den Mitarbeitenden halte ich die Maßnahmen der Transparenz für sehr wichtig. Sie werden über kurz- und mittelfristige Ziele informiert. Mindestens zweimal pro Jahr finden gemeinsame Mitarbeitendentreffen statt. Für den alltäglichen Informationsfluss hat sich eine whatsapp Gruppe als sehr nützlich erwiesen. Über diese Gruppe werden die Arbeitspläne kommuniziert aber auch aktuelle Informationen oder Neuerungen mitgeteilt. Besondere Vorteile: es geht schnell, geringer Zeitaufwand und erreicht alle Mitarbeitenden. Allerdings ist das Interesse, stärker in die Firma eingebunden zu sein, sehr unterschiedlich, tendenziell ablehnend. „keine Zeit“, „Arbeit geht vor“... sind gängige Äußerungen. Tatsächlich ist es ein Zeitproblem, wenigstens einen Nachmittag im Monat für ein allgemeines Meeting frei zu halten. Mitentscheidung bezüglich der Arbeitsorganisation und Arbeitsabläufe ist bei 2-3 Mitarbeitenden möglich und erwünscht. Weitergehende unternehmerische Entscheidungen samt der zugehörigen Verantwortung kann ich mir nicht vorstellen.

Transparenz über Unternehmenszahlen gibt es derzeit nicht. Die betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse und Hintergründe müssten erläutert werden; ein Aufwand den wir

gegenwärtig nicht leisten können. Mehr Transparenz bezüglich der Entlohnung traue ich mir momentan nicht zu, wenngleich es evtl. interessant sein könnte. Gleiches gilt für eine „ergebnisabhängige“ Vergütung. Allerdings denke ich, dass dies ein eigenständiges Projekt für die nächsten 1-2 Jahre wäre.

Die Kund*innen können selbstverständlich Vorschläge und Anregungen einbringen, haben aber keine Mitentscheidung. Das halte ich auch nicht für praktikabel. Transparenz hingegen wird gepflegt durch Newsletter zu allen möglichen, internen- und externen Themen, Facebook Posts, Hof- und Betriebsbesichtigungen sowie Seminaren zu Produkt-, Warekunde und Herstellung.

Das gesellschaftliche Umfeld erhält die gängigen, öffentlich zugänglichen Informationen. Darüber hinaus nutzen immer mehr Organisationen und Kleingruppen die Möglichkeit, meinen Betrieb zu besichtigen. Entsprechend groß ist seit einigen Wochen das Interesse der Medien am Fairfleisch Konzept. Weitere PR-Maßnahmen sind kaum möglich, weil dafür die Zeit und die Kapazität fehlen.

Nach der Bearbeitung der GWÖ Kriterien kann ich für meinen Betrieb festhalten, dass die Negativkriterien der GWÖ Matrix 5.0 ausgeschlossen sind.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

- 1) Die ökologische Bilanz soll besser werden: weniger Müll, Verpackung aus nachwachsenden Rohstoffen, selektiver Einkauf von Betriebsmittel, Energiekonzept....Verwertung der Rinderhäute als Leder,
- 2) Bessere Strukturierung durch definierte Zuständigkeiten für einzelne Bereiche (Verkauf, Lager, Logistik, Reinigung, Online-shop usw.)
- 3) Mehr und professionellere Öffentlichkeitsarbeit, um das Fairfleisch – Prinzip als Modell für die Agrarwende bekannt zu machen.
- 4) Entlastung für mich als Geschäftsführer, indem verantwortungsvolle Mitarbeitende für bestimmte, alltägliche Bereiche gefunden und qualifiziert werden. Dann würde ich mich an die GWÖ Bilanzierung heranwagen.

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

- 1) Betriebsnachfolge regeln.... Wie?
- 2) Biogas-Projekt realisieren
- 3) Fairfleisch klimaneutral machen und den Nährstoffkreislauf schließen

Unser größtes Problem ist, wie bei nahezu allen Handwerksbetrieben, die Arbeitsüberlastung der Inhaber / Betriebsleiter. Getrieben von dem alltäglichen Irrsinn fehlen die Zeit und die Muse, sich mit anderen Dingen zu befassen oder sich gesellschaftlich zu engagieren. Ich hoffe, dass ich dafür Lösungen finde werde.

Datum: 30. Juli 2020