

## Präambel

Die aktuelle Entwicklung im Ökomarkt zeigt qualitätsbewussten Marktteilnehmern zunehmend auf, dass es sinnvoll ist, sich von den eher verflachenden Handelsstrukturen im Discount- und Supermarktbereich abzugrenzen und zu distanzieren. Der Verband Ökokiste e. V. als Verbund von erzeugernahen Vermarktern zeigt sich seit Jahren als Trendsetter und Vorreiter, wenn es darum geht, diesen Qualitätsbegriff mit Leben zu füllen.

Aus diesem Grund haben sich 2008 alle Mitglieder im Verband Ökokiste e. V. freiwillig dazu verpflichtet, nach selbst auferlegten und strengen Kriterien zu arbeiten. Diese Kriterien sind für alle Mitglieder im Verband verpflichtend und werden von den EG-Bio-Kontrollstellen als unabhängigen und staatlich anerkannten Prüfstellen auf ihre Einhaltung hin kontrolliert.

### Für die Kunden

Ziel dieser konsequenten Vorgehensweise ist es, den anspruchsvollen Verbrauchern, die sich Woche für Woche auf die „Ökokiste“ verlassen, vollständige Sicherheit und umfangreiche Transparenz u. a. in folgenden Bereichen zu geben:

- Höchste Qualität der Produkte im Sinne kontrolliert ökologischer Anbauweise, Regionalität, Frische und Bezug zum eigenen Öko-Hof
- Ökologische Vertretbarkeit im Sinne von kurzen Transportwegen, jahreszeitlichem Angebot, Verzicht auf Flugware und Verwendung von Mehrwegverpackung
- Service-Leistungen im Sinne moderner E-Shops, kurzer Bestellvorläufe und aktueller Saison-Angebote
- Unternehmerische Transparenz durch persönliche Kontakte auf Hoffesten, persönliche Gespräche am Telefon und aktuelle Informationen über Flyer, Homepage und andere Medien

Das Warenzeichen „Ökokiste“ zeigt sich dabei einmal mehr als das Qualitätslabel für die Verknüpfung von moderner, verbrauchernaher Dienstleistung und konsequent ökologischer, nachhaltiger und fairer Erzeugung von kontrolliert ökologischen Lebensmitteln.

### Für die Kooperationspartner

Durch die enge Zusammenarbeit mit zahlreichen Erzeugern bietet dieses Warenzeichen auch den kontrolliert ökologisch wirtschaftenden Landwirten und Gärtnern eine echte Partnerschaft.

Die Zertifizierungskriterien fordern die Erzeuger in ihrem Qualitätsbewusstsein sowohl im Bereich pflanzlicher Erzeugung als auch bei der Tierhaltung. Sie unterstützen allerdings auch in der langfristigen Betriebsplanung zur Produktion vielfältiger und regionaltypischer Lebensmittel. Durch die Kooperationsverträge, die von allen Ökokisten-Betrieben ausnahmslos zu schließen sind, entstehen tragfähige Gemeinschaften mit einem möglichst hohen Anteil regionaler Erzeugnisse heimischer Öko-Höfe. Der Verband unterstützt damit den einzigen Weg zu stetiger Zunahme von Ackerflächen und Wiesen in unserer Heimat, die nach den strengen Richtlinien der Anbauverbände (Demeter, Bioland, Biokreis, Naturland u. a.) umgestellt und bewirtschaftet werden. In Zusammenarbeit mit den Kunden als aufgeschlossenen Verbrauchern wird heimischen Bio-Betrieben somit langfristige Absatzsicherheit geboten.

### Ausschluss- und Punktkriterien

Die nachfolgend ausgeführten Kriterien sind unterteilt in Ausschlusskriterien (A) und Punktkriterien (P).

**Ausschlusskriterien (A-Kriterien):** Hier verpflichten sich die Betriebe, alle genannten Kriterien zu erfüllen. Sollte sich herausstellen, dass eines dieser A-Kriterien versehentlich oder grob fahrlässig nicht erfüllt wurde, so wird der Vorstand des Verbandes mit dem betreffenden Betrieb ins Gespräch gehen bzw. den Betrieb in letzter Konsequenz abmahnen. Der Betrieb hat das Kriterium umgehend (bzw. spätestens in einer im Sinne des Verbandes angemessenen Frist von 12 Monaten bzw. bis zur nächsten Ökokisten-Kontrolle) zu erfüllen. Sollte dies nicht der Fall sein, behält sich der Vorstand weitere Schritte vor. Über individuelle Ausnahmen bzw. Verlängerungen dieser Frist entscheidet der Vorstand.

**Punktkriterien (P-Kriterien):** Hier sind die Betriebe verpflichtet, mindestens 4 von 12 möglichen Punkten aus mindestens zwei verschiedenen Bereichen zu erlangen.

Der Verband Ökokiste e. V. vergibt entsprechende schriftliche Auszeichnungen pro Bereich, wenn in diesem mehr als 2/3 der Kriterien erfüllt wurden. Die Voraussetzung, um Auszeichnungen zu erhalten, ist die Erfüllung aller A-Kriterien als Mindeststandard eines Ökokisten-Mitgliedsbetriebes. Die Auszeichnungen darf der Betrieb in vorgegebener Weise für den jeweiligen Zertifizierungszeitraum mitführen.

## Kontrollbericht

Hinweis für den Prüfer: Bitte nach entsprechendem Nachweis das jeweils zutreffende Ja- bzw. Nein-Feld ankreuzen.



### A-Kriterien

		Ja	Nein
A1	<b>Produktqualität (100% Öko)</b> Alle von der aktuellen EU-Bio-Verordnung erfassten Produkte und Artikel, die gehandelt werden, stammen ausnahmslos und damit zu 100% aus kontrolliert ökologischem Anbau. Die Mindestanforderung ist dabei die Zulassung gemäß der aktuellen EG-Richtlinien-Verordnung. Das heißt, sofern ein Produkt in den EG-Richtlinien erfasst ist, wird dieses als Bio-Produkt gehandelt, es wird nicht auf ein konventionelles Substitut ausgewichen.  Anmerkungen:		
A2	<b>Produktqualität (Sonstiges)</b> Alle nicht von der EU-Bio-Verordnung erfassten Produkte (Naturkosmetik, Wildfisch, Wildfleisch, Nahrungsergänzungsmittel usw.) entsprechen mindestens dem Standard der jeweils gültigen BNN-Richtlinien.  Anmerkungen:		
A3	<b>Kooperation mit landwirtschaftlichem/gärtnerischem Betrieb</b> Der Ökokisten-Betrieb betreibt entweder in Raum- und Personenunion einen landwirtschaftlichen bzw. gärtnerischen Betrieb mit Erwerbs-Charakter oder er vereinbart eine Kooperation mit mindestens einem landwirtschaftlichen bzw. gärtnerischen Betrieb in seiner Umgebung. Basis der Zusammenarbeit ist ein Kooperationsvertrag gemäß der Vorlage des Verbandes Ökokiste e. V. (Nachweis im Anhang, sofern nicht bereits vorliegend).  Anmerkungen:		
A4	<b>Mitglied im Bio-Anbauverband (Ökokisten-Betrieb bzw. Kooperationspartner)</b> Der landwirtschaftliche/gärtnerische Betriebsteil des Ökokisten-Betriebes bzw. die Kooperationspartner sind Mitglied eines ökologischen Anbauverbandes. (Sofern Umstellungsware gehandelt wird, kennzeichnet der Betrieb diese dem Kunden gegenüber entsprechend.)  Anmerkungen:		
A5	<b>Verzicht auf Flugware</b> Der Betrieb <u>verzichtet</u> auf den Handel mit Flugware. („Ja“ = keine Flugware!)  Anmerkungen:		

		Ja	Nein
A6	<p><b>Internet und Shop</b>  Der Betrieb betreibt eine eigene Homepage und einen eigenen Online-Shop.  Die dargestellten Inhalte werden laufend aktualisiert (idealerweise täglich/wöchentlich) und sind dem tatsächlichen Angebot und den betrieblichen Gegebenheiten angepasst.  (Dieses Kriterium muss spätestens ein Jahr nach Verbandseintritt erfüllt sein. Über individuelle Ausnahmen bzw. Verlängerungen dieser Frist entscheidet der Vorstand.)</p> <p>Anmerkungen:</p>		
A7	<p><b>Gedruckte Informationen für Kunden</b>  Der Betrieb stellt seinen Kunden auf Anfrage gedruckte Informationen (z. B. Flyer) über den Lieferbetrieb und den kooperierenden Erzeugerbetrieb zur Verfügung. Diese Drucksachen stehen in Vierfarbqualität zur Verfügung und entsprechen den aktuellen Gegebenheiten (z. B. Informationen über den Hof, Anbaufläche usw.).  (Dieses Kriterium muss spätestens ein Jahr nach Verbandseintritt erfüllt sein. Über individuelle Ausnahmen bzw. Verlängerungen dieser Frist entscheidet der Vorstand.)</p> <p>Anmerkungen:</p>		
A8	<p><b>Nutzung und Stärkung des Logos/Warenzeichens</b>  Das aktuelle Verbandslogo ist mindestens auf folgenden Medien erkennbar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mindestens drei Drucksachen und Informationen (z. B. Flyer, Rechnung, Postkarten usw.)</li> <li>• auf allen Lieferfahrzeugen des Betriebes</li> <li>• auf der Startseite der eigenen Homepage sowie des Online-Shops</li> </ul> <p>Als Logo gilt das seit 01.01.12 gültige neue Logo wie auf diesem Dokument oben rechts abgebildet.  (Dieses Kriterium muss spätestens ein Jahr nach Verbandseintritt erfüllt sein. Über individuelle Ausnahmen bzw. Verlängerungen dieser Frist entscheidet der Vorstand.)</p> <p>Anmerkungen:</p>		
A9	<p><b>Bestellmöglichkeit</b>  Der Betrieb bietet die Bestellannahme telefonisch, postalisch, per Fax und elektronisch (E-Mail, Online-Shop) an. Zudem garantiert der Betrieb seinen Kunden mindestens 5 x 4 Stunden wöchentlich telefonische Erreichbarkeit.</p> <p>Anmerkungen:</p>		
A10	<p><b>Abwahlmöglichkeit</b>  Der Kunde hat die Möglichkeit, alle angebotenen Artikel sowohl azyklisch, zyklisch als auch einmalig zu bestellen.</p> <p>Anmerkungen:</p>		

		Ja	Nein
A11	<p><b>Hofffest / Tag der offenen Tür</b>  Ein Hofffest bzw. ein Tag der offenen Tür als Veranstaltung ist folgendermaßen definiert, damit dieses A-Kriterium als erfüllt gilt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle Kunden erhalten eine Einladung; die Veranstaltung ist für jedermann zugänglich (nicht gültig sind z. B. eine Feldführung oder ein Kochabend mit einer Gruppe von ausgewählten Kunden).</li> <li>• Es handelt sich um eine gezielte Einzelveranstaltung.</li> <li>• Die Veranstaltung findet im eigenen Betrieb oder im Kooperationsbetrieb statt.</li> </ul> <p>Dem Kunden werden bei dieser Gelegenheit aktiv Informationen bezüglich dem Anbau ökologischer Lebensmittel zur Verfügung gestellt.</p> <p>Anmerkungen:</p>		
A12	<p><b>Verpackung</b>  Der Betrieb verwendet als Umverpackung für die Obst- und Gemüseartikel eine Mehrwegkiste.</p> <p>Anmerkungen:</p>		
A13	<p><b>Mindestanteil an Regional- und Verbandsware</b>  Der Betrieb handelt mit jeweils mindestens 20% Regional- und Verbandsware. Als „Region“ zählt ein Umkreis mit einem Radius von 200 km Luftlinie um den Betrieb. Folgende Produktgruppen werden zur Berechnung des Anteils an der Regional- und Verbandsware hinzugezogen: Obst, Gemüse, Kartoffeln, Eier.  Im Verhältnis stehen hier der Anteil der verkauften Regional- bzw. Verbandsware zum Gesamtumsatz in diesen Produktgruppen im jeweiligen Zeitraum. Der Zeitraum bezieht sich auf die von der Geschäftsstelle vorbestimmten vier Kalenderwochen aus den vergangenen vier Quartalen. Alternativ kann der Betrieb die Umsätze der genannten Produktgruppen in den vergangenen zwölf Monaten zugrunde legen.</p> <p>(Bitte eintragen) Entweder Prüfung nach KW:</p> <p>KW _____: _____ % Regionalware / _____ % Verbandsware  KW _____: _____ % Regionalware / _____ % Verbandsware  KW _____: _____ % Regionalware / _____ % Verbandsware  KW _____: _____ % Regionalware / _____ % Verbandsware</p> <p>Oder Prüfung der vergangenen zwölf Monate:  KW _____ bis _____</p> <p>Anmerkungen:</p>		

	<b>(Hinweis für den Prüfer: A14 – A16 werden von der Geschäftsstelle bearbeitet.)</b>		
A14	<p><b>Mindestbefüllung von P-Kriterien</b>  Der Betrieb erfüllt mindestens 4 P-Kriterien aus mindestens zwei Bereichen.</p>		
A15	<p><b>Teilnahme an Verbandstreffen</b>  Der Betrieb ist bei mindestens einem Verbandstreffen pro Jahr vertreten (hier gelten keine Mitarbeitertreffen).</p>		
A16	<p><b>Teilnahme Jahresauswertung Betriebsvergleich</b>  Der Betrieb nimmt an der Jahresauswertung des Betriebsvergleichs teil.</p>		

## P-Kriterien

		Ja	Nein
<b>I. Produktherkunft</b>			
P1	<p><b>Anteil an Regional- und Verbandsware:</b> Der Betrieb handelt mit jeweils mindestens 40% Regional- und Verbandsware. Als „Region“ zählt ein Umkreis mit einem Radius von 200 km Luftlinie um den Betrieb. Folgende Produktgruppen werden zur Berechnung des Anteils an der Regional- und Verbandsware hinzugezogen: Obst, Gemüse, Kartoffeln, Eier. Im Verhältnis stehen hier der Anteil der verkauften Regional- bzw. Verbandsware zum Gesamtumsatz in diesen Produktgruppen im jeweiligen Zeitraum. Der Zeitraum bezieht sich auf die von der Geschäftsstelle vorbestimmten vier Kalenderwochen aus den vergangenen vier Quartalen. Alternativ kann der Betrieb die Umsätze der genannten Produktgruppen in den vergangenen zwölf Monaten zugrunde legen.</p> <p>(Bitte eintragen) Entweder Prüfung nach KW: KW ____: ____ % Regionalware / ____ % Verbandsware KW ____: ____ % Regionalware / ____ % Verbandsware KW ____: ____ % Regionalware / ____ % Verbandsware KW ____: ____ % Regionalware / ____ % Verbandsware</p> <p>Oder Prüfung der vergangenen zwölf Monate: KW ____ bis ____</p> <p>Anmerkungen:</p>		
<b>II. Produktqualität</b>			
P2	<p><b>Kühlkette:</b> Der Betrieb bietet dem Kunden eine geschlossene Kühlkette bis zur Übergabe der Ware an den Kunden.</p> <p>Anmerkungen:</p>		
P3	<p><b>Verpackungskonzept:</b> Der Betrieb verfügt nachweislich über ein schriftliches Verpackungskonzept; er dokumentiert und begründet alle verwendeten Verpackungsmaterialien hinsichtlich ihrer Bedeutung für Qualitätssicherung und Ressourcenschonung.</p> <p>Anmerkungen:</p>		
P4	<p><b>Kommunikation „Regionalität“:</b> Über die Definition des Verbandes hinaus („Region“ als Umkreis mit einem Radius von 200 km Luftlinie um den Betrieb) hat jeder Betrieb sein individuelles Verständnis von Regionalität. Der Betrieb stellt dem Kunden diese spezifische Definition transparent auf seiner Homepage und seinem Informationsmaterial vor (regionale Einkaufsprioritäten, Liste aller regionalen Lieferanten usw.).</p> <p>Anmerkungen:</p>		
<b>III. Kundenorientierung</b>			
P5	<p><b>Produktinfos:</b> Der Betrieb stellt seinen Kunden und Interessenten regelmäßige und kostenlose Informationen über das Produktangebot sowie Rezepte aktiv (also in der Kiste, per Mail oder per Post) zur Verfügung. Die Kunden werden auf Angeboten, Lieferscheinen und Rechnungen über die Herkunft (Land/Verband) aller Waren informiert. Für die Produktgruppe Obst und Gemüse gibt es wöchentlich aktualisierte Informationen an die Kunden.</p> <p>Anmerkungen:</p>		

		Ja	Nein
P6	<p><b>Reklamationserfassung:</b> Der Betrieb führt eine quantitative sowie qualitative Erfassung sämtlicher Kundenreklamationen durch. Als Reklamation gelten alle Beanstandungen bezüglich Ware, Service oder anderen Leistungen, die vom Kunden aktiv (z. B. schriftlich, per Mail, Telefon, Gespräch mit Fahrer, Zettel usw.) an den Betrieb herangetragen werden. (Sofern der Betrieb den Kunden in Eigeninitiative vorab auf einen Mangel aufmerksam macht, gilt eine spätere Beanstandung des Mangels vom Kunden nicht als Reklamation.) Zudem besteht im Betrieb ein schriftliches Konzept zum Umgang mit und zur Verringerung von Reklamationen.</p> <p>Anmerkungen:</p>		
P7	<p><b>Kundenumfrage:</b> Der Betrieb führt mindestens einmal pro Jahr eine Umfrage zur Kundenzufriedenheit mit allen seinen Kunden durch (z. B. Wunschzettel auf dem Kundenbrief, Online-Umfragen usw.).</p> <p>Anmerkungen:</p>		
<b>IV. Soziale Verantwortung</b>			
P8	<p><b>Ausbildung:</b> Der Betrieb bildet selbst oder in Kooperation aus und bietet mindestens einmonatige Praktikumsplätze für Studierende, FÖJ- oder Traineeplätze oder Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung laut Behindertengleichstellungsgesetz an.</p> <p>Anmerkungen:</p>		
P9	<p><b>Weiterbildung:</b> Mindestens 20% der fest angestellten Mitarbeiter/innen, die bereits seit mehr als sechs Monaten im Betrieb tätig sind, haben in den letzten 12 Monaten an mindestens einer Weiterbildung teilgenommen (Seminare, Online-Seminare, Verbandstreffen, Mitarbeitertreffen des Verbandes usw.).</p> <p>Anmerkungen:</p>		
<b>V. Betriebliche Entwicklung</b>			
P10	<p><b>Energieanlage:</b> Der Betrieb betreibt selbst eine Biomasse- bzw. Biogas-/Wasserkraft-/Geothermie-/Solar- oder Windkraftanlage oder ist an einer solchen mit mindestens 20% beteiligt (Nachweis im Anhang).</p> <p>Anmerkungen:</p>		
P11	<p><b>Energiesparkonzept:</b> Der Betrieb besitzt ein Energiesparkonzept mit konkreten Ist-Daten und jährlichen Entwicklungszielen über mindestens fünf Jahre im Voraus (Nachweis im Anhang).</p> <p>Anmerkungen:</p>		

<b>(Hinweis für den Prüfer: P12 wird von der Geschäftsstelle bearbeitet.)</b>	
P12	<p><b>Zwei Verbandstreffen:</b> Der Betrieb ist bei mindestens zwei Verbandstreffen pro Jahr vertreten (hier gelten keine Mitarbeitertreffen).</p> <p>Anmerkungen:</p>