

## **Produktherkunft**

**Anteil an Regional- und Verbandsware:** 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.

## **Produktqualität**

**Kühlkette:** Der Betrieb bietet dem Kunden eine geschlossene Kühlkette bis zur Übergabe der Ware an den Kunden.

**Verpackungskonzept:** Der Betrieb verfügt nachweislich über ein schriftliches Verpackungskonzept; er dokumentiert und begründet alle verwendeten Verpackungsmaterialien hinsichtlich ihrer Bedeutung für Qualitätssicherung und Ressourcenschonung.

**Kommunikation „Regionalität“:** 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.).

## **Kundenorientierung**

**Produktinfos:** 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.

**Reklamationserfassung:** 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.

**Kundenumfrage:** 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.).

## **Soziale Verantwortung**

**Ausbildung:** 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.

**Weiterbildung:** 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.).

## **Betriebliche Entwicklung**

**Energieanlage:** Der Betrieb betreibt selbst eine Biomasse- bzw. Biogas-/Wasserkraft-/ Geothermie-/Solar- oder Windkraftanlage oder ist an einer solchen mit mindestens 20% beteiligt.

**Energiesparkonzept:** Der Betrieb besitzt ein Energiesparkonzept mit konkreten Ist-Daten und jährlichen Entwicklungszielen über mindestens fünf Jahre im Voraus.

**Zwei Verbandstreffen:** Der Betrieb ist bei mindestens zwei Verbandstreffen pro Jahr vertreten (hier gelten keine Mitarbeitertreffen).