

Zur ersten Open Space Runde am Sonntag Vormittag trafen sich auf

Initiative von Roy Zylka (Roy's Naturkost)

Zum **Thema: „Bio-Innung“**

Folgende Interessierte: Frank Braun (Blue Pingu), Anne Brendel (Lotos Naturkost), Elisabeth Bruckner (Der Grüne Laden), Tanja Hietsch (Bürodienste), Ute Hoberg (Basic AG), Christine Neidhardt (ecomenta), Eduard Nowack (Demeter Gemüsebau), Brigitte Peiker (Naturfriseurin und -Kosmetik), Robert Prosiegel (Metzgerei), Hubert Rottner (Grüne Lust), Dr. Robert Schmidt (IHK), Werner Stiegler (oekoplusreisen), Sabine Trinklein-Reibrich (Suppenlöffel), Wolfrum Werner (AELV) und Roy Zylka (Roy's Naturkost).

Die **Moderation** übernahm **Frank Braun** und **Hubert Rottner** notierte die Aussagen und Ergebnisse.

1. Beginn / Brainstorming

Die Diskussion begann mit dem Namen „Bio-Innung“ und ob das sinnvoll sei. Ob es nicht besser Kompetenzzentrum oder Haus der Nachhaltigkeit heißen könnte. Die eigentliche Namensgebung wurde dann als momentan nicht primär vertagt. Als Arbeitstitel mag „Bio-Innung“ erst mal genügen, birgt jedoch die Gefahr, zu viele alte Vorstellungen zu transportieren.

In einem Brainstorming legte jeder Einzelne seine Vision, Wünsche und Sicht von einer Bio-Innung dar. Einige Aussagen waren:

Ein Pendant zur „Biomodellstadt“ könne sie sein, und bestehende Einzelinitiativen in sich aufnehmen und integrieren.

Die Selbstständigkeit und Unabhängigkeit muss gewahrt sein. Dieser Zusammenschluss müsse konkrete Aufgaben übernehmen und dabei die Mitglieder vertreten.

Ein Pool für Fragen und von Vernetzung soll entstehen und ein Topf für die Finanzierung muss geschaffen werden.

Es sei darauf zu achten, Werte und nicht Kosten zu erzeugen.

Eine aktive, lebendige Vernetzung wurde gewünscht, für eine Kommunikation und Absprachen (Koordination), wie etwa eine Jobbörse.

2. Was?

Nun sollte in den folgenden 10 Minuten gesammelt werden, was die Bio-Innung denn sein soll, was sie tun soll.

1. mit Informationen in gemeinsamen Kampagnen Verbraucher erreichen
2. gemeinsam Menschen als Mitglieder ansprechen
3. offene, lebendige Strukturen in den Organisationseinheiten gestalten
4. Erarbeitung eines Kriterienkatalogs als Grundlage;

hier entbrannte ein Diskussion, wer denn die Mitglieder sein „dürfen“. Ein Kriterien- Katalog, dem nachhaltige Ideale zugrunde liegen, mache es jedem möglich einen Abgleich mit sich und seinem Unternehmen durchzuführen und eindeutig dazu zu stehen.

- 4.a Die Schaffung eines Nachhaltigkeitssiegels und die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts könnten dann die weiteren Aufgaben sein, die daraus entstehen.
5. Eine Selbstverpflichtungserklärung der Mitglieder zu den Kriterien wurde angeregt
6. Mit seiner Unternehmenskultur müsse das neue Haus der Nachhaltigkeit ein Leuchtturm sein, etwa im mitmenschlichen Umgang. Der Mensch muss in der Mitte stehen, lebt seine Ideen und in einem lebenswerten Miteinander. Die Mitglieder fördern.
7. Das Bild des Lotsen, der durch Untiefen navigiert
8. Mit Transparenz müsse es ein Haus für alle Menschen sein.
9. Ein Leuchtturm soll es auch bei der Gesprächskultur sein.
10. In der Funktion als Kommunikationsplattform müsse es hier zu einer Bündelung kommen, damit wir uns nicht länger selber im Weg stehen, weil jeder für sich alleine agiert.
11. Ähnlich dem Plan eines Regionalkaufhauses von früher, aus dem sich die Regionaltheken entwickelt haben, könnte es ein tatsächliches Haus der Nachhaltigkeit geben, als ein nach außen hin sichtbares Projekt / Objekt.
12. Interessenvertretung, z.B. für ein Azubiprojekt, wie es auch bereits im Plenum (von den Lammsbräu-Nachwuchs-Kräften) angeboten wurde .
13. allgemein für Aus- und Weiterbildung zuständig
14. eine Stärkung der Mitglieder, deren Gleichbehandlung (unabhängig von Unternehmensgröße und Mitarbeiterzahl) und Wertschätzung war eine letzte Vorstellung zu den Aufgaben einer Bio-Innung

Dann wurde per Abstimmung, durch Kleben von Punkten (2 pro Teilnehmer) an die entsprechenden Nennungen, eine Rangfolge der Wichtigkeit ermittelt.

10 Punkte	Interessenvertretung (12.)
8 Punkte	Transparenz für alle (8.)
7 Punkte	Gemeinsame Kriterien pro Branche (4.)
5 Punkte	Leuchtturm der Unternehmenskultur /Lotse (6./7.)
3 Punkte	Aus-und Weiterbildung (13.)
2 Punkte	Haus der Nachhaltigkeit (Brainstorming)
2 Punkte	Gesprächskultur (9.)
Je 1 Punkt	Kommunikationszentrum (10)
	Nachhaltigkeitssiegel (4.a)
	Vernetzungsmodell – kein Wasserkopf (Brainstorming)
	Eigenständigkeit / Pool von Fragen (Brainstorming)
	Name? Bio-Innung? (Brainstorming)

3. Wie?

Nun stellten wir uns die Frage, wie das den organisatorisch zu stemmen sei.

Es wurde gleiche nach einer Person gesucht, die als Knotenpunkt fungieren und die Organisation zunächst übernehmen sollte. Roy Zylka bot sich an.

Man erkannte die Regelmäßigkeit von Treffen als wichtig. Jedoch müsse die Kommunikation eine moderne sein und sich nicht in erschöpfenden themenlosen und ziellosen Gesprächsrunden verstricken.

Christine Neidhardt will für die Effektivität dieser Treffen zu sorgen.

Anne Brendel schlug einen 1-tägigen Workshop als Auftaktveranstaltung für die Bio-Innung vor.

So konnte Christine Neidhardt ihr Angebot gleich konkretisieren und die Moderation dieser Veranstaltung übernehmen.

Wer Interesse an einer Teilnahme hat, solle sich dann auf einer noch auszulegenden Liste eintragen.

4. Wann? / Wo?

Es wurde vereinbart sich am

Sonntag, 21. Juni 2009

voraussichtlich in Räumen der Umweltbank zu treffen. Zeit und genauer Ort werden noch bekannt gegeben.

Es wurde auch empfohlen die Terminierung über doodle.de vorzunehmen.

Protokollführung: Tanja Hietsch