Nachhaltigkeit bei erlenbacher -
greifbar, umfassend und lebendig

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung 3
2. Nachhaltigkeit – ein wichtiges Thema 3
3. Ausgewogene Ernährung 7
4. Umwelt – Verantwortung für die Natur 8
5. Einkauf 13
6. Gesellschaft – Verantwortung für die Menschen 16
7. Produkte und ihre Sicherheit 21

1. Einleitung

Die erlenbacher backwaren GmbH in Groß-Gerau zählt zu den führenden Herstellern und Vertreibern von tiefgekühlten Premium-Kuchen, Sahneprodukten und Desserts in Deutschland und Europa für den Außer-Haus-Markt.
In Verbindung von traditionellem Handwerk und modernster Technologie stellt das Unternehmen mit mehr als 600 Mitarbeitern jährlich auf sechs Produktionslinien mehr als 20.000 Tonnen bzw. über 20 Mio. Premium-Backwaren, Sahneprodukte und Desserts mit erstklassiger, wie selbst gemacht schmeckender Qualität für alle Channel des gesamten Außer-Haus-Marktes her.
Natürliche, frische Rohstoffe und Liebe zum Produkt gehören zum Erfolgsrezept, das erlenbacher zum verlässlichen Partner in mittlerweile über 45 Ländern macht. Das Unternehmen hat sich in mehr als 40 Jahren Unternehmensgeschichte im Out-of-Home-Markt sehr breit aufgestellt: Von Rund- über Plattenkuchen, Sahnetorten oder Sahneschnitten bis zum Dessert: Ob ungeschnitten oder vorgeschnitten, alles kann für die Kunden aus den unterschiedlichsten Vertriebskanälen in verschiedenen Größen und Gebinden produziert und auch abgepackt werden. Auf diese Weise ist es erlenbacher möglich, auch auf individuelle Wünsche einzugehen.

2. Nachhaltigkeit – ein wichtiges Thema

Das Thema Nachhaltigkeit stellt sich vielen Unternehmen oft erst durch gesetzliche Vorschriften oder bei Neuinvestitionen. Der Standort Deutschland kann nicht mit Rohstoffen, sondern vor allem mit veredelten Produkten, Dienstleistung, hohen Hygiene- und Sicherheitsstandards, sowie auch konstanter Herstellungsqualität punkten. Unternehmen müssen hier aus sich selbst heraus wachsen, Träger der Innovationskraft sind die Mitarbeiter. Ihre Motivation, ihre Orientierung am Kunden und ihr Einsatz sichern einem Unternehmen echte Wettbewerbsvorteile.
Schafft es ein Unternehmen, gemeinsam mit seinen Mitarbeitern sämtliche Schwachpunkte im eigenen Haus, in der Lieferkette und in der Beziehung zum Kunden zu analysieren, bindet es gut ausgebildete Mitarbeiter und leitet gleichzeitig Verbesserungsprozesse ein. Chancen und Risiken der Zukunft werden nun gedanklich vorweggenommen.
Der betriebene Aufwand mag zunächst hoch erscheinen, für ein Unternehmen erhält er jedoch den Charakter einer Versicherungsprämie. Wer nachhaltig wirtschaften möchte, muss sich vom Gedanken der kurzfristigen Gewinnmaximierung lösen und sich mithilfe der Strategien zu einer mittel- und langfristigen „gesunden" Rendite hinbewegen.

Nachhaltigkeit bei erlenbacher: Gelebte Unternehmenskultur und kontinuierlicher Lernprozess

erlenbacher verfolgt schon seit vielen Jahren die Vision, Nachhaltigkeit als breit angelegte Unternehmenskultur quer durch alle Unternehmensbereiche und Unternehmensabteilungen zu leben, und damit den Kunden in jeder Hinsicht bei den Produkten die höchstmögliche Qualität zu gewährleisten. Das Unternehmen sieht die Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien als einen kontinuierlichen Lernprozess, an dem sämtliche Mitarbeiter sowie alle Partnerfirmen teilhaben. Von der „Kontrolle und Steuerung der Lieferkette" bis zum „Aufbau strategischer Partner im Sinn von Vertragsanbau" - Nachhaltigkeitsthemen und -ziele sind jedoch nicht nur in der Beschaffung, sondern in allen Unternehmensbereichen fester Bestandteil eines eigenes dafür aufgestellten Operational Master Plans (OMP) zur effektiven Steuerung von Nachhaltigkeitszielen und -projekten im Unternehmen. In den OMP fließen die Ideen und Anregungen von Mitarbeitern ein, die in jedem erlenbacher Geschäftsjahr von den entsprechenden Nachhaltigkeitsteams und Nachhaltigkeitsbotschaftern umgesetzt werden sollen.
erlenbacher ist stolz darauf, dass es als mittelständiges Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit fest in seinen Unternehmensstrategien verankern konnte und mit seinen Bestrebungen deutlich weiter ist, als vergleichsweise so mancher Großkonzern.

Nachhaltigkeit als Mittel zur Zukunftssicherung

Zur Zukunftssicherung beizutragen gehört bei erlenbacher backwaren zu einem der höchsten Unternehmensziele: „Nachhaltige Unternehmensführung und wirtschaftliches Wachstum schließen sich gegenseitig nicht aus. Beides ist nur gemeinsam möglich", betont Geschäftsführer Bernhard Neumeister. Nicht nur alle Mitglieder der Geschäftsleitung haben sich dieser Philosophie verpflichtet: Auch jeder einzelne Mitarbeiter trägt die Verantwortung für Nachhaltigkeit im Hause erlenbacher.
Ziel ist es deshalb, sowohl in der strategischen Ausrichtung als auch im alltäglichen Handeln und in den Produkten so weit wie möglich verantwortungsbewusst mit Menschen, Tieren, Umwelt und Ressourcen umzugehen. Als weltweit agierendes Unternehmen und als Teil der Nestlé-Gruppe ist sich erlenbacher der sozialen Verantwortung gegenüber den Verbrauchern, seinen Mitarbeitern, Kunden und dem Nestlé Mutterkonzern bewusst.

Definition konkreter Nachhaltigkeitsziele
Das Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) an der Universität Witten/Herdecke gliedert seine Untersuchungen zur Nachhaltigkeitsstrategie in folgende Aspekte:

- Umwelt
- Wirtschaft
- Soziales

Alle drei Aspekte sind in nachhaltiger Weise zu gestalten, will man als Unternehmen zukunftsfähig bleiben.

Bereits 2010 schloss sich die erlenbacher backwaren GmbH dem Partnernetzwerk des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) an und unterzog sich einer Analyse.
Im Fokus dieses ersten Nachhaltigkeits-Checks stand zunächst die strategische Unternehmensausrichtung, die aus interner sowie aus externer Perspektive unter die Lupe genommen wurde. Das Ergebnis zeigte, inwieweit das Thema Nachhaltigkeit bereits gesamtheitlich verankert war und Teilaspekte nachhaltiger Unternehmensführung realisiert worden waren. Im Anschluss wurden Ansatzpunkte herausgestellt, um die nachhaltige Unternehmensführung aktiv weiter voranzutreiben. Sodann wurden auf der Basis der ZNU Nachhaltigkeitsanalyse konkrete Nachhaltigkeitsziele definiert. Durch einen regelmäßigen Abgleich zwischen Soll und Ist – der Nachhaltigkeitscheck wurde mittlerweile bereits zum dritten Mal durchgeführt - ist eine kontinuierliche Weiterentwicklung sichergestellt.
Als langjähriges Partnerunternehmen des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke (ZNU) steht erlenbacher beim Thema Nachhaltigkeit sowohl mit der Wissenschaft als auch mit anderen Produzenten der Lebensmittelbranche im ständigen Austausch. Umwelt, Wirtschaft, Soziales – erlenbacher backwaren fördert Nachhaltigkeit in jedem Bereich.

erlenbacher Zertifizierung gemäß den ZNU-Standards Nachhaltiger Wirtschaften (Food)
Das umfassende Engagement von erlenbacher wurde vom Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) und dem Prüfinstitut Lacon GmbH im Dezember 2015 zertifiziert. Dazu waren zuvor in einem aufwändigen Audit über 60 Anforderungen genau unter die Lupe genommen worden. Erlenbacher hat das Audit mit Bestnoten bestanden; Insbesondere die Einbindung aller Bereiche über den OMP, die Ausbildung der erlenbacher Nachhaltigkeitsbotschafter im Unternehmen und das Engagement im Bereich Arbeitssicherheit haben die Auditoren überzeugt.

Zudem sichern ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem sowie alle branchenüblichen Zertifizierungen von erlenbacher nicht nur die Einhaltung lebensmittelrechtlicher Vorgaben, sondern auch die unbedenkliche Verwendung der erlenbacher Produkte durch die Gastronomiepartner.
Da das Unternehmen seit 2002 zur Nestlé-Gruppe gehört, wurden die Produktsicherheits- und Qualitätsstandards noch zusätzlich um die international anerkannten, sehr strengen Nestlé-Normen erweitert.

erlenbacher Mitarbeiter werden Nachhaltigkeitsmanager

Die Einbindung und Förderung der Mitarbeiter hat bei erlenbacher einen großen Stellenwert: Zum Zweck der Definition konkreter Nachhaltigkeitsziele, aber auch deren aktiver Umsetzung innerhalb festgelegter Zeiträume wurden vier Mitarbeiter beim ZNU zu Nachhaltigkeitsmanagern ausgebildet.
Im Jahr 2012 schulte man dort auch alle 25 erlenbacher Azubis in einem zweitägigen Seminar zu Nachhaltigkeitsbotschaftern, um einen Standard zu schaffen. Seither werden die erlenbacher Azubis beim Einführungstag für Azubis von den Nachhaltigkeitsbotschaftern im Unternehmen mit dem Thema Nachhaltigkeit vertraut gemacht, geschult sowie einer von drei permanent bestehenden Nachhaltigkeitsgruppen zugeteilt. Auf diese Weise soll das zentrale Thema Nachhaltigkeit nicht nur in die verschiedenen Unternehmensabteilungen weiter getragen werden, sondern der Nachhaltigkeitsgedanke auch von Anfang an, d.h. vom Einstieg in den Beruf und während des ganzen Berufslebens kontinuierlich gelebt werden.
Bei erlenbacher gilt das Thema Nachhaltigkeit als kontinuierliche Projektarbeit: Die Azubi-Nachhaltigkeitsbotschafter als jüngste Mitarbeiter des Unternehmens erarbeiten gemeinsam in abteilungsübergreifenden Arbeitsgruppen neue Maßnahmen zu Nachhaltigkeit. Mit dem Ziel, die Maßnahmen innerhalb eines definierten Zeitrahmens umzusetzen, treffen sie sich regelmäßig einmal pro Woche bzw. zweimal pro Monat. Auf diese Weise sollen neue Denkanstöße gegeben und der Nachhaltigkeitsgedanke fest auf allen Ebenen verankert werden.
Permanente Arbeitsgruppen zur Forderung und Förderung der Nachhaltigkeit wurden zu den Themen Energie und Umwelt, Soziales, Interne Kommunikation und Betriebliches Gesundheitsmanagement eingerichtet. Alle Prozesse im Zusammenhang mit erlenbacher werden auf diese Weise permanent hinterfragt und konstruktiv verbessert.
Dies kommt nicht nur der Umwelt, sondern auch den Kunden und dem Unternehmen selbst direkt zugute. Ein weiteres entscheidendes Kriterium ist die Qualität der Produkte. erlenbacher achtet deshalb streng auf die Herkunft aller Rohstoffe und verarbeitet diese sorgsam und mit so wenig Verlust wie möglich.
Das Streben nach mehr Nachhaltigkeit hat bei erlenbacher bereits einiges bewirkt: Der Verbrauch an Ressourcen sank messbar, die Einkaufsstrategien werden zunehmend nachhaltig gestaltet, die Produkte sind nicht nur sicherer, sondern

auch gesünder, und die Beziehung zu den Mitarbeitern hat eine neue Qualität erlangt.
Das Ziel, den im unteren dreistelligen Millionenbereich gelegenen Umsatz von 2010 bis zum Jahr 2020 zu verdoppeln, rückt nicht zuletzt dadurch näher.

Nestlé Qualitätsprogramm Q4
Wie umfassend die Nachhaltigkeitsstrategie die Prozesse des Unternehmens bestimmt und was bei erlenbacher im Einzelnen schon erreicht wurde, wird entsprechend dem deutschen Qualitätsprogramm Q4 von Nestlé in die Abschnitte Ausgewogene Ernährung, Umwelt (Verantwortung für die Natur), Gesellschaft (Verantwortung für die Menschen) und Sicherheit der Produkte gegliedert.

3. Ausgewogene Ernährung

Nutrition Health and Wellness (NHW)
erlenbacher backwaren beschäftigt sich seit 2008 gezielt mit den Themen „Nutrition Health and Wellness". Kuchen, Torten und Desserts sind Genuss-Produkte, bei denen Zucker und Fette einen wichtigen Beitrag zum guten Geschmack leisten. Eine ansteigende Zahl von Herz-Kreislauf-Erkrankungen in der Bevölkerung macht es jedoch erforderlich, den Einsatz von Zutaten wie Salz, Zucker und Fetten kritisch zu betrachten. Gesunde Ernährung bedeutet aber nicht, alle diese Inhaltsstoffe zu streichen, sondern sie in den richtigen Maßen zu genießen. erlenbacher Produkte sollen Teil einer ganzheitlichen Ernährung sein, den man sich gönnt. Deshalb stehen in 2016 auch verschiedene Projekte zum Thema Zucker und Fett im Mittelpunkt der Arbeit der Produktentwicklung.

Nutritional Foundation Check (NF)
Alle erlenbacher Markenprodukte unterliegen dem sogenannten Nutritional Foundation Check (NF). In einem regelmäßigen Tracking werden sie hinsichtlich jener Eigenschaften analysiert, die man in der täglichen Zufuhr beschränken sollte. Dazu gehören die Kalorienzahl, zugesetzte Zucker, Fructose, Fett, gesättigte Fettsäuren und Transfettsäuren sowie der Anteil an Natrium. Diese Parameter werden bezogen auf die Portionsgröße gemessen und angegeben. Ziel ist es einerseits, entsprechende Empfehlungen auszusprechen, um die Portionen dem Kalorienbedarf anzupassen. Gleichzeitig sollen Zucker- und Fettgehalt bei Produkt-Neuentwicklungen von vorneherein mit im Focus stehen und soweit wie möglich reduziert werden – dies bei gleichbleibender oder verbesserter geschmacklicher Qualität sowie Sicherstellung der technologischen Verarbeitbarkeit der Rezeptur.

Zusatzstoffe und Deklaration
Seit 2008 verzichtet erlenbacher soweit es möglich ist auf den Einsatz von Aromen und vertraut dem natürlichen Geschmack der verwendeten Rohstoffe. Seit 2014 werden den Produkten zudem keine deklarationspflichtigen Farbstoffe mehr zugesetzt, nur noch färbende Lebensmittel. Darüber hinaus gibt es keinerlei zugesetzte Konservierungsstoffe.

Transfettsäuren
Gehärtete Fette/Öle finden keinen Einsatz in den erlenbacher Produkten. Der Anteil an Transfettsäuren liegt bei den von erlenbacher verwendeten Fetten bei weniger als einem Prozent.

Ernährungs-Hotline
Seit 2006 steht in Zusammenarbeit mit Nestlé Deutschland den Kunden, Verwendern und Konsumenten in Deutschland eine Ernährungs-Hotline zur Verfügung, die alle Fragen rund um erlenbacher Produkte und NHW (Nutrition, health and wellness) kompetent beantwortet.

Nährwert-Kennzeichnung
Die Vorgaben der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) werden streng eingehalten und überwacht. Alle Nährwerte sind auf den Etiketten/Verpackungen aller erlenbacher Produkte deklariert, sowie über www.erlenbacher.de/Fuer-den-Profi/Sortiment verfügbar. Es gibt zudem eine Schnittstelle zu einer Produktdatenbank, in der alle Nährwerte aller Produkte abgerufen werden können.

Gesunde Mitarbeiter
Durch regelmäßige Ernährungsschulungen (Corporate NQ foundation training) werden erlenbacher Mitarbeiter an das Thema der bewussten Ernährung herangeführt. (siehe auch: **Abschnitt C. Gesellschaft**). erlenbacher ist es wichtig, dass der Gesundheitsgedanke bei den Mitarbeitern-/innen tiefer verankert wird.

4. Umwelt – Verantwortung für die Natur

Klimabetrachtung von Tiefkühl-Produkten
Wenn es um Nachhaltigkeit geht, werden Tiefkühlprodukte häufig kritisch betrachtet. Tatsächlich sind das Herunterkühlen sowie das Lagern von TK-Ware

energieintensiv. Der Vergleich mit anderen Lebensmitteln zeigt jedoch, dass sich die allgemeine Klimabilanz von tiefgekühlten Produkten auf dem Niveau anderer Angebotsformen befindet, wie beispielsweise in Dosen oder Glas abgefüllte Lebensmittel. Dies bestätigt eine von Öko-Institut e.V. und dem Deutschen Tiefkühlinstitut e.V. veröffentlichte Klimabilanz-Studie.
Die Umweltauswirkungen der Distribution, die Transport und Lagerung beinhaltet, sind dabei in allen untersuchten Produktgruppen sehr viel geringer als bisher angenommen. Es ist also nicht die Angebotsform von Lebensmitteln per se, die auf eine gute oder schlechte Klimabilanz schließen lässt. Viel entscheidender ist die Produktzusammensetzung – also die Rezeptur, das Einkaufsverhalten, die Lagerung im Haushalt und die Zubereitung. Auch der Verbraucher kann durch einen umsichtigen Umgang mit Lebensmitteln einen entscheidenden Beitrag zu mehr Klimaschutz leisten.
Die Tiefkühlindustrie richtet den Fokus schon längst auf ein Maximum an Energieeffizienz: So verfügen die meisten Produktionsstätten inzwischen über Wärmerückgewinnungssysteme. Die beim Herunterkühlen der Produkte abgeführte Wärme wird wieder anderweitig eingesetzt, zum Beispiel zu Heizzwecken.

Produktionstechnik

Um die steigende Nachfrage nach hochwertigen Convenience-Produkten in Deutschland und im europäischen Ausland auch zukünftig bedienen zu können, hat erlenbacher in den vergangenen Jahren rund 35 Mio. EUR in einen Erweiterungsbau investiert. Dadurch können nun bis zu 50 % mehr Tiefkühlbackwaren in handwerklicher Qualität hergestellt werden. Bei der 2011 fertig gestellten Werkserweiterung wurden neueste Erkenntnisse zu Umweltschutz und Energieeffizienz umgesetzt und genutzt.
Erlenbacher hat es sich zum Ziel gesetzt, jedes Jahr im Vergleich zum Vorjahr rund 5 % mehr Energie und Ressourcen einzusparen.
Dank seiner effektiven Nachhaltigkeitspolitik konnte erlenbacher den Wasser- und Energieverbrauch bei der Herstellung der Produkte 2015 über das gesteckte Ziel hinaus senken. So verringerte sich beispielsweise der Stromverbrauch pro Kilogramm Fertigprodukt in 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 6 %.
Besonders hoch lagen die Einsparungen auch beim Frischwasser (- 6 %) bzw. Abwasser (- 5,4 %). Auch bei Gas- (- 7,5 %) und Kältelieferung (- 6,6 %) erreichte erlenbacher Rekord-Umweltkennzahlen.

Out-of-Home-Markt im Wandel

Der Out-of-Home-Markt wandelt sich, und mit ihm nicht nur die Verzehranlässe, sondern auch die Servicekonzepte und die Personalsituation der Kunden: erlenbacher reagierte darauf beizeiten, beispielsweise mit der Investition in eine

extrem gute Schneidtechnologie. Vorgeschnittene Premium-Rund- und -Plattenkuchen oder Sahnetorten und Sahneschnitten erleichtern dem Kunden nicht nur das Handling, sondern tragen mit immer exakt gleichen Portionsgrößen nachhaltig zu Kalkulationssicherheit, sowie mit der Möglichkeit zu bedarfsgerechter Portionierung auch zu deutlich verbessertem Waste-Management bei.

PCF – der CO_2-Fußabdruck

Als eines der ersten Unternehmen der Backwarenindustrie hat die erlenbacher backwaren GmbH einen „CO_2-Fußabdruck" für tiefgekühlte Kuchen und Sahneschnitten erstellt. Der sogenannte CO_2-Fußabdruck (Polycarbon-Footprint, PCF) ist Maßstab für die Ökobilanz eines Produkts. In ihm sind die Emissionen „von der Wiege bis zur Bahre", also über den gesamten Lebenszyklus eines Produkts berechnet.
erlenbacher hat exemplarisch für zwei Produkte einen CO_2-Fußabdruck erstellen lassen: für die Premium-Apfeltorte sowie die Erdbeer-Buttermilch-Schnitte. Berücksichtig werden in dieser Berechnung die CO_2-Emissionen bedingt durch den Anbau, die Verarbeitung und den Transport der Rohstoffe, durch das Produzieren inklusive Frosten, darüber hinaus der CO_2-Ausstoß, der sich aufgrund der Bereitstellung von Verwaltungsgebäuden und der Organisation ergibt, sowie durch Verpackung, Logistik und Entsorgung. Die Berechnungen zeigten, dass der größte Teil des PCF in beiden Fällen auf die Gewinnung der Rohstoffe zurückzuführen ist.

Beispielrechnungen im Einzelnen:
Eine verzehrfertige Premium-Apfeltorte (2.500 g) verursacht insgesamt ca. 3,89 kg CO_2, eine Erdbeer-Buttermilch-Schnitte, die in einer Einheit von 2.000 g verkauft wird, verursacht ca. 5,06 kg CO_2. In beiden Fällen entstehen zusätzlich 4,81 kg CO_2 für die Einkaufsfahrt des Verbrauchers. Den größten Anteil am PCF hatte in beiden Fällen der Anbau der Rohstoffe mit 1,26 kg bei der Apfeltorte und 3,19 kg bei der Erdbeer-Buttermilch-Schnitte.

Besonders ins Gewicht fiel bei der Erdbeer-Buttermilch-Schnitte der Rohstoff Sahne mit nur 13 Prozent Gewichtsanteil, jedoch 63 Prozent PCF-Anteil an den Gesamtrohstoffen bzw. 2,15 kg CO_2-Ausstoß. Dies zeigt die besondere Klimawirksamkeit von Sahne. Bei den Rohstoffen der Apfeltorte schlugen mit 53 Prozent der Rohstoffe und 0,73 kg CO_2 die Äpfel zu Buche, die jedoch im Rezept auch den größten Gewichtsanteil (70 Prozent) an der Torte stellen.

Im Bereich der Produktion fiel bei der Apfeltorte das Tiefkühl-Lager mit 433 g CO_2-Ausstoß ins Gewicht und liegt damit noch vor dem Backvorgang (224 g). Insgesamt stellte sich heraus, dass sich durch ein Verkürzen der Verweilzeit im Tiefkühllager sowie durch eine Aufteilung der Distribution über Regionallager erhebliche Mengen an CO_2-Ausstoß reduzieren lassen. Ebenso trägt die

übergeordnete Verwaltung mit 126 g CO_2 pro Torte einen relativ hohen Anteil an der CO_2-Bilanz. Durch eine geeignete Gebäudetechnik lassen sich hier Einsparungen erzielen, beispielsweise durch Wärmerückgewinnung aus der Produktion zu Heizzwecken.

Diese erlenbacher Erläuterung des CO_2-Fußabdrucks anhand von Beispielrechnungen zeigt auf, wo Möglichkeiten für Ressourcen schonende Maßnahmen bestehen.

Ressourcenschonung durch umweltfreundlichen Energieeinsatz

Zum Nachhaltigkeitsgedanken gehört bei erlenbacher auch, die Umweltbelastung durch eine größtmögliche Drosselung des Ressourcenverbrauchs bei gleichzeitigem Einsatz moderner, effizienter Produktionstechnik so gering wie möglich zu halten. Damit gehen von technischer Seite auch niedrigere Produktionskosten einher – langfristig ein Wettbewerbsvorteil für erlenbacher.
Als eine der wichtigsten Konsequenzen daraus hat das Unternehmen Ende 2012 vom Heizen und Betrieb aller Öfen mit Heizöl auf Heizen und Betrieb mit Gas umgestellt, und reduzierte damit den Ausstoß von CO_2 mit 790 Tonnen jährlich um 25 Prozent. Zusätzlich ließen sich durch die Umstellung von einem Niedertemperaturkessel auf einen Brennwertkessel 369.000 kWh Erdgas und 34 Tonnen CO_2 einsparen,

Ressourcenschonung durch Einsparen von Frischwasser

Die Reinigung industrieller Anlagen für die Lebensmittelproduktion erfolgt durch eine so genannte CIP-Reinigung (CIP = Cleaning in Place), damit wird ein automatischer Reinigungsprozess direkt in der Maschine und in den Leitungen bezeichnet. Die Anzahl der nacheinander erfolgenden Reinigungsschritte (Lauge, Säure und Desinfektion mit Vor- und Zwischen- und Nachspülungen) konnte bei erlenbacher durch den Einsatz neuer Reinigungsmittel von sieben auf fünf Schritte reduziert werden.
Pro Reinigungsvorgang werden nun etwa 4 m³ Wasser weniger verbraucht. Die Einsparung liegt bei 9.600 m³ Frischwasser pro Jahr. Auch eine Verkürzung der Reinigungsdauer ging damit einher und schlägt zu Buche: Über alle CIP-Reinigungsprogramme konnten die Spülzeiten erheblich reduziert und somit ca. 3600 m³ Wasser/Jahr eingespart werden.
Zudem wurde die Sahnelinie-CIP-Leitung um ca. 50 m Rohrleitung verkürzt, eine Maßnahme die ebenfalls zu einer Einsparung von Reinigungszeit und Wasser führte: ca. 3 m³ Wasser werden auf diese Weise pro Reinigungsprozess eingespart.

Ressourcenschonung durch Wärmerückgewinnung

Zum Frosten seiner Kuchen und Torten nutzt erlenbacher die Kältetechnik von Nordfrost. Der Lagerdienstleister und Tiefkühlspediteur – ein direkter Nachbar von erlenbacher in Groß-Gerau - stellt Stellplätze für die erlenbacher Produkte bereit und liefert die für den Produktionsprozess der Kuchen und Torten benötigte Kälte. Nordfrost ist dabei weit mehr als ein logistischer Partner.

Als Kältemittel dient Nordfrost klimaneutrales Ammoniak, das bei Kompression im Verdichter Wärme abgibt. Diese Wärme nutzt erlenbacher seit 2011 zum Vorwärmen des Wassers für die nächtliche Reinigung und Gebäudeheizung. Das erwärmte Wasser wird in einem Puffertank von 100.000 l Fassungsvermögen zusammengeführt, aus hygienischen Gründen fließt das Reinigungswasser in einem getrennten Kreislauf und nimmt wiederum die Wärme über Wärmetauscher auf. Die Erwärmung erfolgt auf 55 °C, anschließend wird über einen Dampfwärmetauscher auf 60 °C nachgeheizt, um die nach den Hygienevorschriften erforderliche Temperatur zu erreichen.

Durch die Wärmerückgewinnung aus der Kälteanlage von Nordfrost spart erlenbacher jährlich 1,476 MWh Heizenergie, was in etwa dem Jahresverbrauch von 370 Vier-Personen-Haushalten und einem CO_2-Äquivalent von 400 Tonnen entspricht. Auch die warme Abluft der Brenner sowie der Kompressoren zur Erzeugung der Druckluft wird bei erlenbacher über Wärmetauscher zum Erwärmen von Wasser genutzt. Hierbei handelt es sich um Einsparungen von 1,1 Mio. kWh jährlich, was 99.000 m³ Gas entspricht.

ETS – Energie Target Setting Projekt

2015 wurde gemeinsam mit den erlenbacher Lieferanten und Fachleuten aus der Technikspartе bei erlenbacher diverse Prozesse daraufhin beleuchtet und analysiert, wie man sie effizienter gestalten könnte. So wurden beispielsweise Temperaturmessungen an den Rohrleitungen und Armaturen des Dampfsystems vorgenommen, um die Isolierung zu prüfen. Alle Ergebnisse flossen in einen Maßnahmenplan, dessen einzelne Punkte sukzessive umgesetzt werden.

Weitere Projekte

Weitere Projekte, die zum Einsparen von Ressourcen führten:

- Eine Änderung beim Abtauen der Froster ergab Einsparungen von 330.000 kWh Strom pro Jahr und verringerte das CO_2-Äquivalent um 148,5 Tonnen.
- Eine Änderung der Niveauregelung von Puffertank-Speisewasser vom Dampfkessel führte zu einer Reduzierung von Spülverlusten und somit einer Wassereinsparung von 2 m³ pro Tag.
- Mit dem Umbau der Leitfähigkeitsmessung am Dampfkessel konnte eine Einsparung von 330 kWh Erdgas und einer Wasserersparnis von 4.370 m³ jährlich erreicht werden.

• Zusätzlich wurde der Dampfdruck am Dampfkessel schrittweise reduziert und stellenweise die Dampfleitungen sowie weitere Produktionsbereiche (z.B. Öfen) optimal isoliert, um Energie einzusparen und Wärmeverluste zu vermeiden.
• Durch die Vorerwärmung des Wassers für die Durchlaufmaschinen der Produktion über die Wärmerückgewinnung aus dem Rauchgas der Backöfen konnte der Dampfverbrauch erheblich gesenkt werden.
• Eine neue Formenwaschmaschine für die Sahnelinie spart zudem 2.000 m³ Wasser pro Jahr.
• Der Austausch des Rolltors am TK-Shop und im Kühllager gegen ein Schiebetor trägt zur spürbaren Verringerung von Kälteverlusten bei.

Energiedaten Management System
2013 hat erlenbacher ein neues Energiedaten-Management System (Hochhuth) eingeführt. Zähler messen nun an vielen Stellen die Durchflussraten von Wasser, Erdgas, Strom und Druckluft. Dadurch ist es jetzt möglich, individuelle Verbrauchsstellen klar zu identifizieren und über konkrete Maßnahmen zur Optimierung des Verbrauchs nachzudenken. Ein erster Erfolg stellte sich bei einer Durchlaufwaschanlage ein: Es wurde deutlich, dass täglich 4 m³ Wasser verloren gingen, weil die Anlage undicht war. Auch Bedienfehler (z.B. Wasserüberdosierung) lassen sich durch die Messungen schnell aufdecken.

Umweltverantwortung in allen Bereichen
Die Ideen zu nachhaltigeren Lösungen und Verhaltensweisen gehen bei erlenbacher jedoch weit über die Produktionstechnik hinaus. So gibt es Überlegungen, beispielsweise die Werksfahrzeuge zur besonderen Verwendung teilweise durch Elektro-Poolcars zu ersetzen.
Überall bei erlenbacher wurden für die Mitarbeiter Batteriesammelboxen aufgestellt. Einen Beitrag zum Energiesparen liefern auch das Anbringen von Lichtsensoren an den Lichtschaltern sowie der Austausch von Glühbirnen gegen energiesparende LED Beleuchtungsmittel in den Fluren.

5. Einkauf

Als Partnerunternehmen des ZNU (Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke) steht erlenbacher zum Thema Nachhaltigkeit im ständigen Austausch mit der Wissenschaft einerseits und anderen Produzenten der Lebensmittelbranche andererseits. Damit wird sichergestellt, dass relevante Nachhaltigkeitsthemen rund um die Rohstoffe frühzeitig erkannt und bearbeitet werden können. Grundsätzlich müssen alle erlenbacher Lieferanten vor einer

Belieferung nach Nestlé Food Safety Management Standard (NFSMS) auditiert werden.

Vollei

Bei dem von erlenbacher bezogenen Ei handelt es sich ausschließlich um frisches Vollei von wenigen, ausgewählten Produzenten, die vorab nach Nestlé Food Safety Management Standard (NFSMS) auditiert wurden und damit höchstmögliche Lebensmittelsicherheit garantieren. Das Vollei stammt seit 2011 ausschließlich von Legehennen, die in Bodenhaltung gehalten werden. Seit 2014 wird über eine zusätzliche KAT Zertifizierung (KAT ist die Kontrollinstanz für die Herkunftssicherung und Rückverfolgung von Eiern aus alternativen Hennen-Haltungssystemen in Deutschland und den benachbarten EU-Ländern) die lückenlose Rückverfolgbarkeit bis zum Legebetrieb gewährleistet, sowie die gewünschte Haltungsform sichergestellt.
Darüber hinaus wurden alle Lieferanten, die Ei als Bestandteil für eine der von erlenbacher verwendeten Zutaten einsetzen, aufgefordert, ebenfalls nur mit Ei aus Bodenhaltung zu arbeiten. Alle Lieferanten haben diese Aufforderung bestätigt und befolgen sie.

Kakao

Der von erlenbacher bezogene Rohstoff Kakao wird seit Jahren von wenigen, ausgewählten Produzenten gekauft, die vorab nach Nestlé Food Safety Management Standard auditiert wurden. 2015 hat erlenbacher gemeinsam mit seinen Lieferanten auf Kakao umgestellt, der einer Zertifizierung nach UTZ entspricht und wurde selbst UTZ zertifiziert. („UTZ Certified" steht für nachhaltigen Anbau bei gleichzeitig besseren Bedingungen für Farmer. Durch das UTZ-Programm verbessern die Bauern ihre Ernte, ihr Einkommen und ihre Perspektiven, während sie die Umwelt und die natürlichen Ressourcen der Erde schonen.)
Parallel dazu werden diejenigen Lieferanten angesprochen, die Kakao als Bestandteil für eine der von erlenbacher verwendeten Zutaten einsetzen, um auch hier die Möglichkeiten für eine Umstellung auf zertifizierten Kakao zu erörtern und dafür einen realistischen Zeitplan aufzustellen.

Palmöl

Der im Jahr 2004 auf Initiative des WWF gegründete Runde Tisch für nachhaltiges Palmöl (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO) versucht, als zentrale Organisation nachhaltige Anbaumethoden für Palmöl zu fördern und so die Umweltschädigung zu begrenzen. Mitglieder des Roundtable sind neben Umweltschutzverbänden Firmen und Institutionen aus der Wertschöpfungskette

des Palmöls, darunter Plantagenbetreiber, Händler und industrielle Abnehmer von Palmöl, aber auch Investoren und Banken. Nestlé ist Mitglied des RSPO und verwendet seit 2015 fast ausschließlich nachhaltig angebautes Palmöl. Nestlé hat, über die Kriterien des RSPO hinaus, strenge Einkaufsrichtlinien für Palmöl erlassen, die gemeinsam mit einer Nicht-Regierungs-Organisation, The Forrest Trust, auf globaler Ebene in den Zulieferketten durchgesetzt werden.
2015 wurde erlenbacher RSPO zertifiziert: Das verwendete Palmöl stammt zu 100 % aus nachhaltigem Anbau. Für das reine Palmöl wird die RSPO-Variante „Segregated" eingesetzt (zertifiziertes Palmöl wird hier von nicht zertifiziertem über die gesamte Lieferkette hinweg getrennt gehalten). Bei allen anderen Produkten, in denen Palmöl als ein Bestandteil von Rohstoffen zum Einsatz kommt, wird entweder die „mass balanced"-Variante (nur in Teilen zertifiziert) verwendet, oder „Green Palm"-Zertifikate eingekauft. Dort, wo die „Green Palm"-Zertifikate zugekauft werden, arbeitet das Unternehmen an entsprechenden Lösungen für die Zukunft.

Molkereiprodukte
Von Creme fraiche, über Joghurt, Mager- oder Sahnequark bis Frischkäse: erlenbacher kauft annähernd 100 % seiner in täglich 5 verschiedenen Produktionslinien eingesetzten deutschen Molkereiprodukte tagesfrisch und verarbeitet sie immer innerhalb des Mindesthaltbarkeitsdatums. Nach dem Motto „Jedem Kunden seine eigene Geschmacksrichtung an Käsekuchen" werden zum Beispiel für schätzungsweise 40 verschiedene Käsemassenzubereitungen die unterschiedlichsten Molkereiprodukte eingesetzt, vom Doppelrahmfrischkäse in den American Cheesecakes bis zu Omas Käsekuchen mit Mager- oder Sahnequark.

Nüsse
erlenbacher bezieht Nüsse vorwiegend aus Europa, z.B. aus der Türkei, aber auch aus den USA. Auch hier sind die Lieferanten zertifiziert.

Zucker und Getreide
erlenbacher setzt in seinen Produkten ausschließlich Rübenzucker und heimische Getreideerzeugnisse vorwiegend aus Deutschland ein.

Verpackung und Abfallvermeidung
Erlenbacher legt Wert darauf, dass Verpackungen aller Art grundsätzlich recycelbar sind. Da überwiegend Papier/Karton und Kunststoffe eingesetzt werden, welche sich sowohl einem stofflichen als auch einem energetischen Recycling zuführen lassen, fällt der Anteil der verpackungsbedingten Treibhausgasemissionen relativ

gering aus. So wurde beispielsweise schon im Jahr 2010 die Folie der Plattenkuchen um 20 % reduziert, was einer Einsparung von 5,4 Tonnen OPP Kunststoff pro Jahr bedeutet. Auch bei den Rundkuchen konnte eine Reduzierung der Dicke bei der Kunststoffrezeptur um 20 % erreicht werden. Eingespart werden hier jährlich 13 Tonnen. Zudem sind alle Verpackungen von erlenbacher wiederverschließbar, was dem Kunden eine Teilentnahme der Produkte erleichtert. erlenbacher hat es sich außerdem zum Ziel gesetzt, die Trennung von Mischmüll, wie beispielsweise plastikummantelte Europaletten oder Quarkbeutel, streng zu prüfen und zu forcieren.
Auch bei Serviceartikeln bzw. Servicekonzepten wird konsequent auf den Einsatz umweltfreundlicher, recycelbarer Materialien geachtet. So werden beispielsweise die Kuchen-to-Go in PLA-Behälter aus 100 % biologisch abbaubarer Maisstärke verpackt.

Standards bei Printprodukten und Messen
Die von erlenbacher eingesetzten bedruckten Papiere für Mailings, Flyer oder Briefe etc. stammen fast ausschließlich aus nachhaltiger Forstwirtschaft und sind nach FSC oder PEFC zertifiziert. Zudem werden alle Druckmedien mit umweltfreundlichen Lacken und Drucktechniken realisiert. Alle eingesetzten Textilien entsprechen dem Bio Tex Standard 100. Bei den kleinen Hausmessen werden Systemmodule bzw. wiederverwendbare Standmaterialien konsequent eingesetzt.
Beim individuellen Messebau wird auf Modularität, Wiederverwendbarkeit, Recycling und Nachhaltigkeit geachtet. Hier kommen nachhaltige Materialien und Lacke zum Einsatz. Plastikplanen werden einer originellen Art der Wiederverwertung zugeführt: Daraus entstehen erlenbacher-Taschen. Diese begehrten Unikate werden von einer Behindertenwerkstatt aus dem Abfallprodukt aus dem Messebau gefertigt.
In den Gesprächen mit Dienstleistern und Lieferanten ist erlenbacher immer bemüht, bei allen Dienstleistungen und Serviceartikeln den höchst möglichen Grad an Nachhaltigkeit zu bekommen.

6. Gesellschaft – Verantwortung für die Menschen

Soziale Nachhaltigkeit
Nachhaltiges Handeln heißt bei erlenbacher aber nicht nur, Ökologie und Ökonomie in Einklang zu bringen. Auch der sozialen Nachhaltigkeit kommt eine immer größere
Rolle zu. Soziale Verantwortung und menschliches Miteinander rücken in den Vordergrund. Die erlenbacher Mitarbeiter werden dazu ermutigt, sich für die

Allgemeinheit zu engagieren: 2016 zum Beispiel über eine Blutspende-Aktion oder die Teilnahme an einem Sozialprojekt (Boxing Day) bzw. dem Informationstag an Schulen und Ausbildungsmessen.
Damit einher geht die Einbindung der Mitarbeiter in unternehmerische Prozesse, Weiterbildung sowie die Sicherheit der Arbeitsplätze. Ebenso geht erlenbacher auf die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter ein und tut das Bestmögliche, um ein angenehmes Arbeitsklima zu erhalten.

Nachhaltigkeitstag

2015 führten die erlenbacher Nachhaltigkeitsbotschafter erstmals einen Nachhaltigkeitstag für alle Mitarbeiter durch. Dabei ging es nicht nur um das Thema nachhaltiges Handeln bei erlenbacher, sondern auch zuhause, im privaten Umfeld. So wurde mit dem Nachhaltigkeitstag beispielsweise eine Altkleidersammlung verbunden, erlenbacher Mitarbeiter konnten sich aber auch zum Energieverbrauch von unterschiedlichen Leuchtmitteln informieren, oder zum Thema Recycling (Grüner Punkt, gelber Sack usw.).
Im Juni 2016 wird der nächste Nachhaltigkeitstag stattfinden.

Gesundheitsmanagement

Durch die steigende durchschnittliche Lebenserwartung und die damit verbundene Anhebung des Rentenalters bekommen Maßnahmen der Gesundheitsförderung und Prävention eine verstärkte Bedeutung. Dadurch lässt sich sowohl die individuelle Gesundheit und Lebensqualität steigern als auch die Leistungsfähigkeit erhalten. Durch körperliche Fitness wird ein Ausgleich zur Arbeitswelt geschaffen.
Die Gesundheit der Mitarbeiter steht bei erlenbacher deshalb an oberster Stelle. Dies betrifft die medizinische Vorsorge ebenso wie die Sorge für körperliches Wohlbefinden.

erlenbacher bietet vielseitige Gesundheitsinitiativen. Eine medizinische Vorsorge trifft vorbeugende Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeiter. Dazu gehören:

- Angepasster Gehörschutz
- Kostenlose Impfungen (Grippeschutz)
- Bluttest, Sehtest, Venenscreening
- Untersuchung zur Vorbeugung von koronaren Herzkrankheiten.

Durch regelmäßige Ernährungsschulungen (Corporate NQ foundation training) werden die Mitarbeiter an das Thema bewusste Ernährung herangeführt.
Nicht nur der Verzehr von frischem Obst wurde als Bestandteil der Messe-Standverpflegung bei erlenbacher eingeführt.
Im Unternehmen selbst wird darauf geachtet, dass alle Mitarbeiter täglich ausreichend Flüssigkeit zu sich nehmen. So ist nach entsprechenden

Wasseranalysen durch die Stadt Groß-Gerau geplant, nach und nach sämtliche Wasserspender abzuschaffen und durch gefiltertes Leitungswasser in Trinkwasserqualität zu ersetzen. Die Ersparnis pro Jahr beträgt bei dieser Maßnahme 23.000,- EUR. Jeder Mitarbeiter hat vom Unternehmen für den Arbeitsplatz eine wiederverwendbare 0,5 l Trinkflasche aus recyceltem, lebensmittelechtem Kunststoff bekommen. Eine weitere Überlegung in diesem Zusammenhang dient dem Ziel, eine Trink-App einzuführen, um die Mitarbeiter zu mehr Flüssigkeitsaufnahme während des Arbeitstags und am Arbeitsplatz zu bewegen.

Zu den Gesundheitsinitiativen bei erlenbacher gehört jedoch noch viel mehr:
• So gibt es seit 2015 auch regelmäßige Massagetage, zu denen sich die Mitarbeiter eintragen können, erlenbacher übernimmt die Hälfte der Kosten.
• Geplant sind zudem auch Yoga-Kurse.
• Das Unternehmen fördert zudem einen Kindersportclub für die Kinder der Mitarbeiter sowie zweiwöchige Holiday Camps mit Sportangeboten und diversen Aktivitäten.
• 2015 wurde in Zusammenarbeit mit der IFK/IHK das erlenbacher Mobilitätsaudit durchgeführt.
• erlenbacher-Mitarbeiter nehmen an der Veranstaltung „Groß-Gerau läuft" teil, erlenbacher übernimmt auch hier die Anmeldegebühren.
• Auch beim „Global Corporate Challenge" mit GCC Schrittzählern sind 17 Teams (insgesamt 119 Mitarbeiter) von erlenbacher vertreten.
• Das Unternehmen unterstützt die Anschaffung von e-Bikes bei seinen Mitarbeitern mit einem Zuschuss von 25 % der Anschaffungskosten.
• Fitness ist Trumpf: Dazu gehört die Kooperation mit zwei regionalen Fitnessstudios sowie die Organisation von Freizeit-Sportgruppen ebenso wie Informationsveranstaltungen, beispielsweise zum Thema Burn-Out.

Darüber hinaus finden jährlich intensive Schulungen zu den Themen Hygiene und Arbeitssicherheit statt. Ziel ist es, dass sich jeder einzelne verantwortlich fühlt.

Bildung und Unternehmenskultur

Bildung ist in unterschiedlichen Formen vonnöten, um ein Unternehmen wirtschaftlich voran zu bringen. Die Fähigkeit der Mitarbeiter, aktuelle Entwicklungen zu erfassen, zukunftsweisende Ideen zu verwirklichen und bestehende Probleme zu lösen sind entscheidende Faktoren für die Innovationskraft eines Unternehmens und sichern dessen wirtschaftliche Zukunft. Gleichzeitig führen Weiterbildungsmaßnahmen zu einer höheren Motivation und zur Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen. Bildung beinhaltet also soziale und wirtschaftliche Aspekte der Nachhaltigkeit.

erlenbacher investiert in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter und unterstützt sie dabei. Interne und externe Schulungen ermöglichen es ihnen, ihr Wissen in ihren persönlichen Fachgebieten zu erweitern. Darüber hinaus gewährt erlenbacher Fortbildungszuschüsse, wenn Mitarbeiter berufsbegleitend studieren beziehungsweise sich weiterbilden möchten. Zur bestmöglichen Förderung führt erlenbacher jährliche Mitarbeitergespräche durch, um Personalentwicklungspläne zu erstellen.
Zur Information der Mitarbeiter über aktuelle Themen dienen unter anderem Tischaufsteller aus recyceltem Kunststoff im Betriebsrestaurant. Auch das Intranet sowie die erlenbacher Facebook Seite werden als Infopool und -plattform, unter anderem für Nachhaltigkeitsthemen, genutzt. Ein neuer Nachhaltigkeitsschaukasten soll sich ausschließlich dem Thema Nachhaltigkeit und den laufenden Projekten widmen.
Um alle erlenbacher-Mitarbeiter an den Projekten und Ergebnissen teilhaben zu lassen, und um sie darüber zu informieren, was Nachhaltigkeit bei erlenbacher bedeutet und auf welche Weise Nachhaltigkeit vom Unternehmen unterstützt und gefördert wird, erstellen die einzelnen Teams unter dem Titel „erlenbacher Mitarbeiterinfo - wir über uns" als eine wichtige innerbetriebliche Maßnahme Informationsbroschüren zu einzelnen Themen.
Seit 2012 sind bereits folgende Broschüren erschienen:
1) Nachhaltigkeit bei erlenbacher - was bedeutet das?
2) Soziale Nachhaltigkeit – Gesundheit und Bildung
3) Ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit – Rohstoffe
4) Arbeitssicherheit
5) Qualität bedeutet mehr – Q4 was steht dahinter
6) Q4 – Produktsicherheit / sichere Produkte

Nachhaltigkeitsbotschafter bei erlenbacher

Die wichtigste Säule des nachhaltigen Unternehmenswachstums bei erlenbacher sind seine rund 600 Mitarbeiter. Durch Weiterbildung und enge Einbindung in das Unternehmen ist ihr Engagement groß. erlenbacher will Nachhaltigkeit greifbar und lebendig werden lassen und das Bewusstsein dafür tief in den Köpfen aller Mitarbeiter verankern. Um die Ziele zu verwirklichen, wurden im Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) zunächst vier Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsmanagern ausgebildet.
Zusätzlich hat erlenbacher die Idee der Nachhaltigkeitsbotschafter im eigenen Unternehmen initiiert: Dabei handelt es sich um mehr als 25 Auszubildende und Trainees, die unternehmensübergreifend sowohl in den kaufmännischen als auch den gewerblichen Bereichen ausgebildet wurden. Ziel ist es, den Nachhaltigkeitsgedanken bei diesen jüngsten Mitgliedern der Firmengemeinschaft keimen zu lassen und diese zu motivieren, ihn in alle Abteilungen zu tragen. In einem anderthalbtägigen Workshop wurden fünf Projektgruppen gebildet, daraus

entstanden wiederum 3 Teams: Team Interne Kommunikation, Team Energie & Umwelt und Team Soziales. Jedes Team definiert für sich Projekte, die fortlaufend gemeinsam bearbeitet werden.
Umgesetzt sind unter anderem die Untersuchung des Einsatzes von Stevia als natürliches Süßungsmittel in den Backwaren von erlenbacher, ein Pop-up auf dem Bildschirmschoner zu unterschiedlichen Themen rund um Nachhaltigkeit sowie die ressourcenschonende Gestaltung von Messeständen. Darüber hinaus wird das Thema Nachhaltigkeit intern verstärkt kommuniziert.
Alle neuen Auszubildenden werden in diese Arbeitsgruppen integriert und das erarbeitete Wissen wird mit Hilfe der Nachhaltigkeitsbroschüren an die Mitarbeiter weitergegeben.

Problemlösekultur bei erlenbacher

In der Sensibilität dafür, Probleme zu erkennen und sie selbstständig lösen zu können, liegt großes Potential. erlenbacher möchte eine Problemlösekultur entwickeln und leben. Dazu werden den Mitarbeitern spezielle Werkzeuge angeboten, um Probleme in ihrem direkten Arbeitsumfeld eigenständig lösen zu können. Einfache Problemlösewerkzeuge nennen sich zum Beispiel „Fischgräte" und „5 x Warum".
Auch fachübergreifende Möglichkeiten der Zusammenarbeit sollen genutzt werden. Ein Kollege hat ein Problem vor Ort und kennt die Grundursache nicht? Er sieht sich dieses Problem gemeinsam mit einem Kollegen an, der in einer ganz anderen Abteilung arbeitet als er – und ist überrascht über die völlig unterschiedliche Sicht- und Herangehensweise des anderen. Dies ist nicht nur interessant und bereichernd, sondern das Problem lässt sich damit womöglich tatsächlich lösen. Eine solche Kultur führt im Idealfall auch auf Dauer zu weniger Störungen und es stellt sich ein entspannteres Arbeiten ein. Gleichzeitig werden der Teamgedanke und das vernetzte Arbeiten gefördert.

Nestlé Continuous Excellence

Nestlé Continuous Excellence (NCE) ist eine konzernweite Initiative, die jeden Mitarbeiter inspiriert, zu verstehen und dazu beizutragen, was Konsumenten und Kunden schätzen. Die Praktiken dieser Initiative unterstützen jeden Mitarbeiter dabei, das zu eliminieren, was für die Konsumenten und Kunden keinen Mehrwert darstellt (Zero Waste), sich an gemeinsamen Prioritäten auszurichten (One Team) und sich die erforderlichen Fähigkeiten bzw. das erforderliche Engagement anzueignen, um für Konsumenten und Kunden Werte zu schaffen (100 Per Cent Engagement).

Perspektivsystem Leiharbeit

Arbeit muss sich lohnen. Als industriell fertigender Bäckereibetrieb, der auf wenigen Produktionslinien mehrere hundert Artikel zum Teil auf Abruf fertigt, ist

eine Personalplanung nicht möglich, ohne das Stammpersonal bei hohem Produktionsvolumen mit Zeitarbeitern aufzustocken. Schon vor zehn Jahren entstand bei erlenbacher die Initiative, diese Kräfte fachgerecht anzulernen, ihnen attraktive Arbeitsplätze zu bieten und sie nach Möglichkeit langfristig an das Unternehmen zu binden.
Mit dem „Perspektivsystem Leiharbeit" verpflichtete sich erlenbacher zu folgenden Punkten:

Höhere Verrechnungssätze an die Personaldienstleister für ausgebildetes Personal bei Tätigkeiten als Bäcker, Konditor oder Fachkraft für Lebensmitteltechnik.
Einführen von Stammleiharbeitern anstelle wechselnder Besetzung.
Bewertung von Leistung und Verhalten der Leiharbeiter, dadurch schnellere Integration ins Unternehmen und in der Folge Vergabe von freiwerdenden Planstellen an Leiharbeiter bzw. Höhergruppierung in der Vergütungsstufe.
Integration von Leiharbeitern durch Teilhabe an sozialen Leistungen des Unternehmens.
Vergabe freier Planstellen ohne Führungsverantwortung ausschließlich an Bewerber, die zuvor im Rahmen der Arbeitnehmerüberlassung eingesetzt waren.

Diese Vorgehensweise führte zu einer höheren Motivation der entliehenen Zeitarbeiter und wirkte sich positiv auf die Arbeitsleistung aus. Jährliche Gespräche münden immer wieder in die Vergabe von Ausbildungsverträgen. Gleichzeitig können die Personaldienstleister mit diesen Aussichten werben und erhöhen damit die Chancen der Personalbeschaffung. Durch die regelmäßige Teilnahme am „Arbeitskreis Personal" des ZNU (Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke) und den Austausch mit Personalverantwortlichen anderer Unternehmen wird sichergestellt, dass sich die erlenbacher backwaren GmbH weiterentwickeln kann.

7. Produkte und ihre Sicherheit

Qualität und Produktsicherheit
Qualität und Produktsicherheit gehören zu den wichtigsten Unternehmenszielen von erlenbacher. Gute Qualität ist kein Zufall, sondern das Ergebnis einer gelebten Firmenfilosofie, eines zuverlässigen Kontrollsystems und des ständigen Arbeitens an Verbesserungsprozessen.
Die transparente Produktionskette beginnt beim Anbau
Qualität ist mehr als nur der Kauf der besten Zutaten: Auch auf einen schonenden Umgang mit der Umwelt und auf die Transparenz der Lieferkette ist zu achten. Dies kann nur mit einer lückenlosen Qualitätskontrolle gewährleistet werden, die auch vor Ort, im Werk, sowie beim Erzeuger stattfinden muss. Dabei wird

sichergestellt, dass die einzelnen Arbeitsschritte den hohen erlenbacher Qualitätsansprüchen gerecht werden und alle Arbeitsbedingungen eingehalten werden.
erlenbacher hat es sich zum Ziel gesetzt, bis Ende 2016 jeden Produktionsschritt bei den unterschiedlichsten Materialien, Produkten lückenlos dokumentieren und nachweisen zu können.

Auditierung von Produktionsstätten
erlenbacher arbeitet seit Jahren mit ausgewählten Produzenten, die vorab nicht nur gemäß British Retail Consortium (BRC) oder International Featured Standards (IFS) Audit zertifiziert sind, sondern ergänzend auch nach Nestlé Food Safety Standard auditiert wurden und damit höchstmögliche Lebensmittelsicherheit garantieren. So muss jede Produktionsstätte – ganz gleich an welchem Standort der Welt – zusätzlich durch einen gemäß dem Nestlé Food Safety Management System (NFSMS) ausgebildeten Auditor oder durch einen von Nestlé beauftragten Auditor zertifiziert sein.

From Farm To Fork – rohe Beerenfrüchte erntefrisch vom Feld
Nachhaltigkeit beginnt für erlenbacher bereits beim Ackerbau: Da das Unternehmen bei seinen Produkten eine sehr hohen Anteil an frisch geerntetem und unverzüglich angeliefertem Obst einsetzt, beispielsweise einzeln im „Individually Quickly Frozen" (IQF) Verfahren gefrostete, erntefrische Beerenfrüchte, die zur Weiterverarbeitung nicht erhitzt werden, wurde die Zusammenarbeit mit den Farmern in aller Welt intensiviert.
Ob Erdbeerfelder in Marokko, oder Global GAP zertifizierte Himbeerplantagen in Chile: erlenbacher hat eine eigene Stelle für einen Spezialisten für Agraranbau und Auditor geschaffen, der seit 2014 die Farmen auf ihrem Weg zu einem Farmaudit begleitet. Mit einer derartigen fachlichen Tiefe ist erlenbacher in der gesamten Branche Vorreiter.
Mit Hilfe des Code of Conduct und entsprechender Unterstützung bei Checklisten, bei der Information, Schulung und Aufklärung der Feldarbeiter und Pflücker soll die Einhaltung sehr hoher Standards für ein Höchstmaß an Produktsicherheit in den Ursprungsländern gewährleistet werden. Ziel ist es vor allem, vor Ort den Umgang der Farmarbeiter mit Hygiene, die Handhabung von Pestiziden und Düngemitteln sowie die Arbeitssicherheit in diesen Ländern zu hinterfragen, ein Bewusstsein für diese sensiblen Themen zu schaffen und Lernprozesse anzustoßen.
Diese angestrebte engere Kooperation mit den Farmern soll in der Zukunft über die zuliefernden Partner in Vertragsanbau münden, Farm- und Werkaudits wie beispielsweise das SMETA Audit (Responsible Sourcing: Arbeitsbedingungen, die auch von den Lieferanten gefordert werden) eingeschlossen.

erlenbacher beteiligt sich darüber hinaus an Forschungsprojekten, und trifft wirksame Maßnahmen zur Überwachung der Produktion auf Fremdkörper bzw. dem Test aller angelieferten Chargen auf Viren und Verunreinigungen.

Strenge Prüfung der Endprodukte

Alle Produkte werden regelmäßig, umfassend und gewissenhaft geprüft. Die fertigen Produkte durchlaufen verschiedene mikrobiologische, chemische und physikalische Prüfungen. Darüber hinaus gibt es optische Kontrollen, mit denen Form, Farbe und appetitliches Aussehen überprüft werden. Sehr wichtig ist der gute Geschmack, der immer im Vordergrund steht und auch später zu verschiedenen Zeitpunkten der Lagerung beurteilt wird.

Bei erlenbacher wird nichts an die Kunden ausgeliefert, was nicht in puncto Geschmack und Aussehen den hohen erlenbacher Produktstandards entspricht. Täglich finden deshalb im Hause erlenbacher Produktverkostungen und Bewertungen von Proben aus der aktuellen Produktion statt. Daran nehmen täglich Mitarbeiter aus der Produktion, dem Qulitätswesen, dem Produktmanagement sowie auch ein Mitglied der Geschäftsleitung teil. Auch damit wird eine stets gleichbleibende, sehr hohe Produktqualität sichergestellt.

Qualitätsstandards und Kontrollen

Rohstoffe werden sorgfältig kontrolliert und müssen den erlenbacher-Qualitätsstandards entsprechen. Jeder Lieferant wird aktiv auditiert, um die Freigabe zur Lieferung seiner Produkte zu erhalten. Bevor Rohstoffe in die Produktion gelangen, durchlaufen sie strenge Wareneingangskontrollen. Jährliche Lieferanten-Bewertungen zeigen, wo gemeinsam mit den Lieferanten an Verbesserungen gearbeitet werden muss. Qualitätsmanagementsysteme unterstützen dabei: ISO 9001 (Qualitätsmanagement), ISO 14001 (Umweltmanagement), ISO 22000 (Lebensmittelsicherheit), BRC und IFS.

60/40-Verkostung

Eine Überprüfung der Marktposition findet auch durch regelmäßige, unabhängige Vergleichsverkostungen statt. Endverbraucher testen in einer Blindverkostung, die ein externes Marktforschungsinstitut durchführt, ausgesuchte Top-Seller aus dem erlenbacher Sortiment. Die Parameter Optik, Geschmack, Konsistenz und Geruch stehen dabei im Vordergrund. Die Tester müssen sich gegenüber einer getesteten Alternative zu mindestens 60 Prozent für das erlenbacher Produkt entscheiden, andernfalls wird die Rezeptur des Produkts neu überprüft.

Die Qualitätsanforderungen bei erlenbacher beziehen sich auf Gesundheit, Produktsicherheit und Geschmack. Erst wenn jeder dieser Bereiche berücksichtigt wird, lässt sich langfristig die Qualität sicherstellen, die die Kunden des

Unternehmens zu Recht erwarten. Die Premiumqualität von erlenbacher ist etwas, für das alle im Unternehmen verantwortlich sind.

Kundenzufriedenheitsanalysen und Auszeichnungen für die Produkte

Die Ansprüche der Verbraucherinnen und Verbraucher an Produktqualität wachsen: Lebensmittel müssen sicher sein und gut schmecken, gleichzeitig wollen Konsumenten heute wissen, was in ihren Lebensmitteln steckt, wo die Zutaten und Rohstoffe herkommen und unter welchen sozialen und ökologischen Bedingungen sie gewonnen bzw. verarbeitet werden.

Regelmäßige Kundenzufriedenheitsanalysen zeigen, dass erlenbacher backwaren mit ihrer Philosophie richtig liegt: Die Qualität der Produkte, der Mitarbeiter und des Service wird immer wieder als sehr gut und besser als bei den Wettbewerbern bewertet. Ein weiterer Beweis dafür sind die zahlreichen Auszeichnungen für erlenbacher Produkte, die in den letzten Jahren von nationalen und internationalen Fachgremien vergeben wurden. So gewann erlenbacher Ende 2014 bereits zum dritten Mal den European Coffee Award als „Best Food Supplier – Europe".

Die hohe Kundenzufriedenheit und die Vielzahl der Auszeichnungen sind eine Bestätigung für die erfolgreiche erlenbacher Unternehmensphilosophie, basierend auf den Maximen „Natürlich, ehrlich, leidenschaftlich".

Liebe für das Produkt - die vier erlenbacher Säulen

Liebe für das Produkt beinhaltet bei erlenbacher: leidenschaftliche Backkunst, traditionelles Konditorenhandwerk, Premium-Qualität und moderne Technik. Auf diesen vier erlenbacher Säulen gründet der Erfolg des Unternehmens. Seit Kurzem verkörpert Konditorenweltmeisterin Andrea Schirmaier-Huber als authentische erlenbacher Markenbotschafterin diese vier Säulen. „Mein Credo „Klasse statt Masse" teile ich gerne mit erlenbacher. Denn auch dort stehen Individualität und Kundenorientierung an erster Stelle", sagt die unter anderem auch aus dem TV bekannte Konditorin und Inspiratorin für Backprofis.

Nachhaltige Unternehmensführung als kontinuierlicher Lernprozess

Aus Unternehmenssicht handelt es sich bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien um einen kontinuierlichen Lernprozess, der nie wirklich zu Ende gebracht werden kann. Bei erlenbacher lernt jeder einzelne gerne dazu und nimmt Anregungen gerne an. Es wird ausdrücklich begrüßt, dass die Geschäftspartner ebenfalls dieser Philosophie folgen, sich Ihrer sozialen Verantwortung bewusst sind und diese Ziele ebenfalls verfolgen, unterstützen und einfordern.

Nachhaltiges Wirtschaften lässt sich auch als Marketinginstrument einsetzen. Ziel des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität

Witten/Herdecke (ZNU), dem sich erlenbacher als Partnerunternehmen angeschlossen hat, ist es jedoch, herauszustellen, dass eine Nachhaltigkeitsstrategie mehr ist als Imagepflege. Vielmehr wird sie bei richtiger Umsetzung zum echten Wettbewerbsvorteil in hart umkämpften Märkten.
Bei erlenbacher hat man dies erkannt und ist sich der Verantwortung für die Gestaltung der Zukunft bewusst. Bernhard Neumeister, Geschäftsführer der erlenbacher backwaren GmbH betont: „Nachhaltige Unternehmensführung und wirtschaftliches Wachstum schließen sich gegenseitig nicht aus. In Zukunft wird beides nur zusammen möglich sein."

erlenbacher backwaren GmbH - Mai 2016