



2018

NACHHALTIGKEIT
BEI ERLENBACHER



Erster TK-Backwarenhersteller nach ZNU Standard zertifiziert

Inhalt

1. Nachhaltigkeit bei erlenbacher	3	2.4. Ziele und Projekte im Bereich		3.3. Responsible Sourcing	18
1.1. Einleitung – Nachhaltigkeit als		Ökonomie.....	11	3.3.1. Leitbild & Ziele	18
Fundament für die Zukunft.....	3	2.4.1. Standortbestimmung	11	3.3.2. Projekte.....	19
1.2. Rückblick – Entwicklung unserer		2.4.3. Abfallreduzierung	12	3.4. Gesundheit und Ernährung	19
Nachhaltigkeitsaktivitäten	3	2.4.4. Nachhaltige Stromerzeugung	13	3.4.1. Leitbild & Ziele	19
1.3. Organisation – Neustrukturierung der		2.4.5. Mitarbeiterqualifikation	13	3.4.2. Projekte.....	19
Nachhaltigkeitsaktivitäten in 2018	3	2.4.6. Weitere Projekte	13	3.5. Mitarbeiter und Soziales.....	19
2. erlenbacher Nachhaltigkeitsziele....	5	2.5. Ziele und Projekte im Bereich		3.5.1. Leitbild & Ziele	19
2.1. Schwerpunkte der		Soziales	14	3.5.2. Projekte.....	19
Nachhaltigkeitsarbeit: Ökologie,		2.5.1. Standortbestimmung	14	4. Kommunikation	20
Ökonomie, Soziales	5	2.5.2. Verantwortungsvolle Produkte	14	4.1. Interne Kommunikation –	
2.2. Die erlenbacher-Roadmap 2020	5	2.5.3. Arbeitssicherheit	15	Sensibilisierung der Mitarbeiter	20
2.3. Ziele und Projekte im Bereich		2.5.4. Mitarbeitergesundheit	15	4.2. Externe Kommunikation –	
Ökologie.....	7	2.5.5. Soziales Engagement.....	16	Transparenz und klare Standpunkte.....	20
2.3.1. Standortbestimmung	7	2.5.6. Weitere Projekte	16		
2.3.2. Nachhaltige Rohstoffe.....	8	3. erlenbacher-Nachhaltigkeitsteams17			
2.3.3. Klimabilanz / CO2-Reduktion.....	9	3.1. Nachhaltigkeitsrat	17		
2.3.4. Kunststoff vermeiden.....	9	3.2. Umwelt und Sicherheit	18		
2.3.5. e-Mobilität fördern.....	10	3.2.1. Leitbild & Ziele	18		
2.3.6. Weitere Projekte	10	3.2.2. Projekte.....	18		

1. Nachhaltigkeit bei erlenbacher

1.1. Einleitung – Nachhaltigkeit als Fundament für die Zukunft

Gegründet 1973 in einer Backstube im hessischen Nieder-Erlenbach zählt erlenbacher heute zu den führenden Herstellern von tiefgekühlten Premium-Kuchen, Sahneprodukten und Desserts für den Außer-Haus-Markt in Deutschland und Europa. Mit mehr als 600 Mitarbeitern produzieren wir jährlich über 23 Mio. Kuchen und Torten in erstklassiger, handwerklicher Qualität für jeden Channel im Außer-Haus-Markt. Dabei sind wir unserem Erfolgsrezept stets treu geblieben: Wir verbinden traditionelle handwerkliche Werte mit Innovationskraft und modernen Fertigungsmethoden.

Nachhaltiges Handeln ist seit vielen Jahren fest in unserer Unternehmensstrategie verankert. Wir sind überzeugt: Nachhaltigkeit ist ein entscheidendes Fundament für unsere Zukunft. Um langfristig erfolgreich zu arbeiten, müssen wir unserer Verantwortung gegenüber den Verbrauchern, unseren Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern gerecht werden. Vom verantwortungsbewussten Umgang mit Menschen, Tieren, Umwelt und Ressourcen bis hin zur sozialen Verantwortung wollen wir uns in allem, was wir tun, stetig weiter verbessern.

1.2. Rückblick – Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten

Nachhaltiges Handeln ist für erlenbacher schon seit vielen Jahren eine Selbstverständlichkeit. Wir setzen uns eigene, hohe Standards wie z.B. unsere Zutaten-Garantie sowie systematische Lieferanten-Audits. Außerdem legen wir höchsten Wert auf überprüfbare, beste Qualität unserer Produkte und Prozesse. Qualitätsmanagementsysteme wie BRC und IFS sowie die ISO 14001 (Umweltmanagement) und ISO 50001 (Energiemanagement) Standards bilden hierfür eine verlässliche Grundlage.

Im Jahr 2008 haben wir uns dem Partnernetzwerk des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten/Herdecke angeschlossen und uns dem ersten Nachhaltigkeitscheck unterzogen. Auf der Basis dieser ZNU Nachhaltigkeitsanalyse wurden in unserem Haus erste konkrete Nachhaltigkeitsziele definiert. Für deren aktive Umsetzung wurden vier Mitarbeiter beim ZNU zu Nachhaltigkeitsmanagern ausgebildet.

2012 initiierten wir die Idee der so genannten Nachhaltigkeitsbotschafter im eigenen Unternehmen. Ziel war es, den Nachhaltigkeitsgedanken bei unseren jüngsten Mitarbeitern keimen zu lassen und sie zu motivieren, ihn in alle Abteilungen zu tragen. Hieraus entstanden drei Projektteams. Seither wurden insgesamt 25 Auszubildende und Trainees unternehmensübergreifend sowohl in den kaufmännischen als auch gewerblichen Bereichen zu Nachhaltigkeitsbotschaftern ausgebildet.

Durch wiederholte Nachhaltigkeitschecks und den jährlichen Abgleich zwischen Soll und Ist konnte von Jahr zu Jahr eine kontinuierliche Weiterentwicklung im Bereich Nachhaltigkeit sichergestellt werden. Die logische Konsequenz: Im Dezember 2015 ließ sich erlenbacher als erster TK-Backwarenhersteller nach dem ZNU Standard Nachhaltiger Wirtschaften zertifizieren.

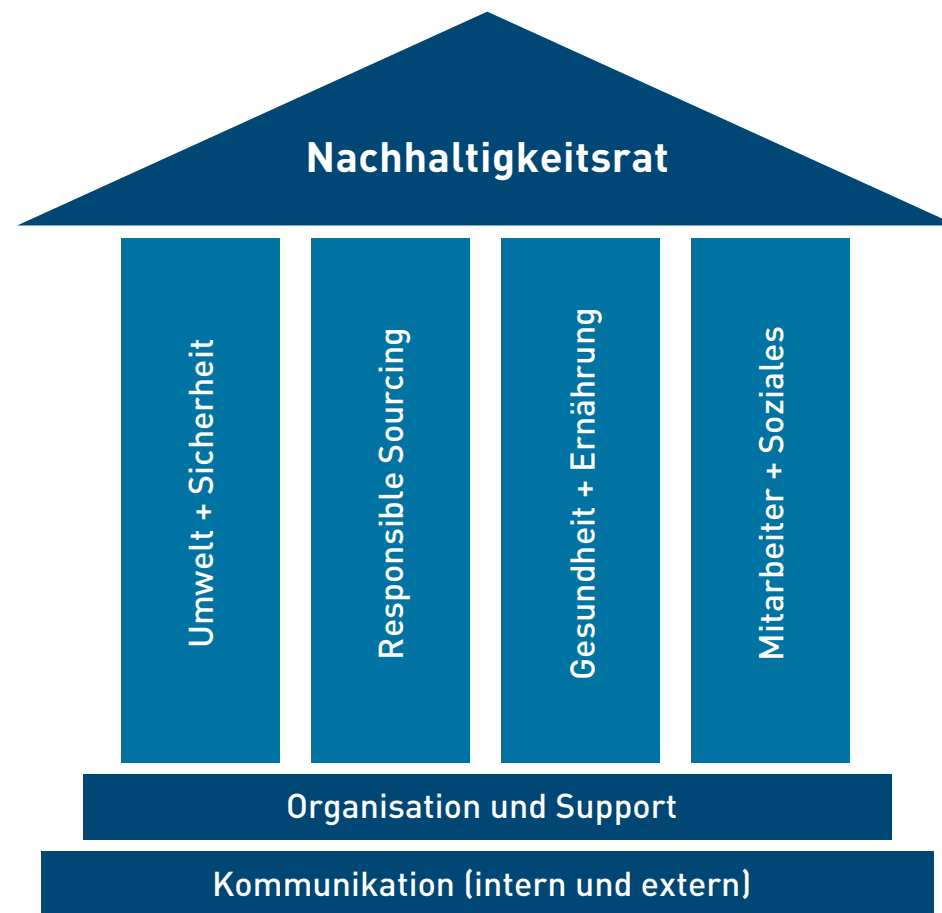
1.3. Organisation – Neustrukturierung der Nachhaltigkeitsaktivitäten in 2018

2018 haben wir unsere Nachhaltigkeitsorganisation auf den Prüfstand gestellt, um den Nachhaltigkeitsgedanken auf allen Unternehmensebenen und in allen Bereichen auf einer noch breiteren Basis fest zu verankern. Dabei mussten wir erkennen, dass der Nachhaltigkeitsgedanke nicht nur von Azubis bzw. den Nachhaltigkeitsbotschaftern und Projektgruppen in die Abteilungen getragen werden kann. In der Vergangenheit wurden hierdurch zwar viele gute Impulse gegeben. Jedoch konnten größere, eher langfristig angelegte Projekte nur vereinzelt oder außerhalb eines ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatzes umgesetzt werden.

Zudem wurde noch einmal deutlich, dass unsere Nachhaltigkeitsprojekte auch auf den Unternehmenserfolg einzahlen müssen. Und die Themen, mit denen wir uns befassen, müssen in der praktischen Realität unserer Mitarbeiter verankert sein. Denn nur so können wir sicherstellen, dass Nachhaltigkeit dauerhaft ein selbstverständlicher Bestandteil des Arbeitsalltags bei erlenbacher ist.

Diese Überprüfung hat uns viele wichtige Erkenntnisse gebracht, die nicht ohne Folgen geblieben sind. Als erste Konsequenz haben wir die Nachhaltigkeitsarbeit neu strukturiert und einen Nachhaltigkeitsrat – besetzt mit Mitgliedern der Geschäftsleitung – als oberstes Lenkungsgremium installiert. Darunter arbeiten vier interdisziplinäre Projektteams: „Umwelt & Sicherheit“, „Responsible Sourcing“, „Gesundheit & Ernährung“ und „Mitarbeiter & Soziales“. Die jeweiligen Teamleitungen wurden aus themennahen Fachabteilungen gewonnen. Die Gruppen setzen sich aus verschiedenen Bereichen des Unternehmens zusammen. Unterstützt werden die Projektteams von einer kleinen Gruppe „Organisation & Support“, die sowohl administrativ und in organisatorischen Fragen hilft als auch sämtliche Informationen bündelt. Ebenfalls neu geschaffen wurde das Team „Kommunikation“. Hier widmet man sich themenübergreifend der internen und externen Verbreitung unserer Nachhaltigkeitsbotschaften. Unsere Auszubildenden sind natürlich weiterhin fest in die Nachhaltigkeitsarbeit eingebunden – auf freiwilliger Basis in dem Themengebiet, für das sie sich am meisten interessieren. Weitere Details zu den Projektgruppen finden Sie in Kapitel 3.

Die zweite grundlegende Neuerung – neben der Restrukturierung – ist die Etablierung einer mehrjährigen Roadmap für unsere wichtigsten Nachhaltigkeitsziele. Diese haben wir 2018 für den Zeitraum bis Ende 2020 definiert und verabschiedet. Hierdurch wollen wir langfristigen, durchaus herausfordernden Initiativen mehr Gewicht und Nachdruck verleihen. Unsere aktuelle Roadmap und die darüber hinaus gehenden Projekte werden im nächsten Kapitel detailliert dargestellt.



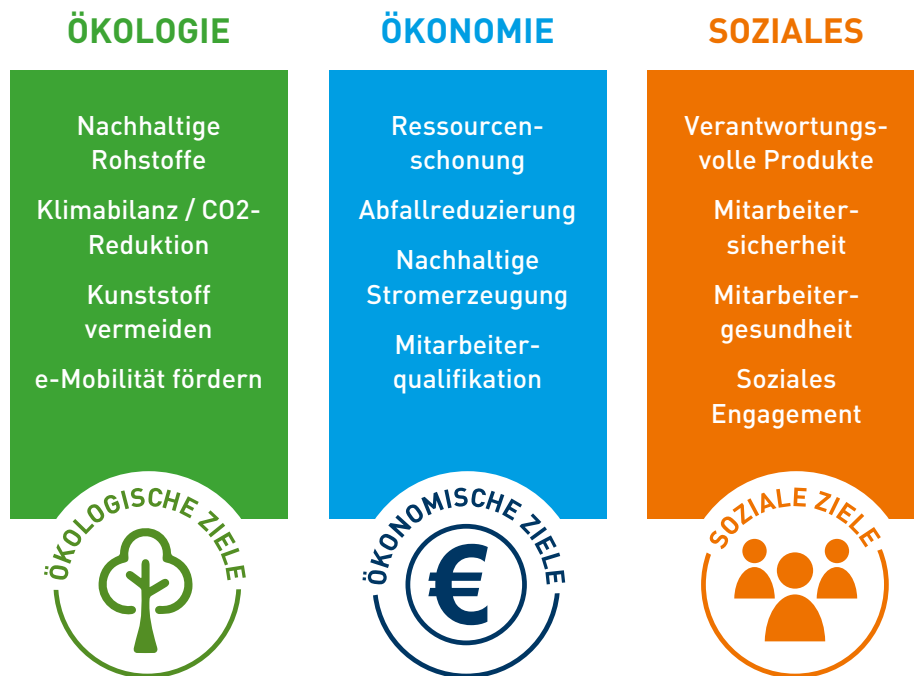
STRUKTUR DER NACHHALTIGKEITSARBEIT BEI ERLENBACHER

2. erlenbacher Nachhaltigkeitsziele

2.1. Schwerpunkte der Nachhaltigkeitsarbeit: Ökologie, Ökonomie, Soziales

Bei der Erarbeitung der Nachhaltigkeits-Roadmap 2018–2020 haben sich zwölf Themenfelder in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales herauskristallisiert, die wir mit konkreten Zielen und Maßnahmen angehen. Darüber hinaus werden in den Nachhaltigkeitsteams regelmäßig weitere Ideen entwickelt und zusätzliche Projekte angestoßen.

Folgende Themenfelder stehen für unsere Unternehmensziele im Fokus:

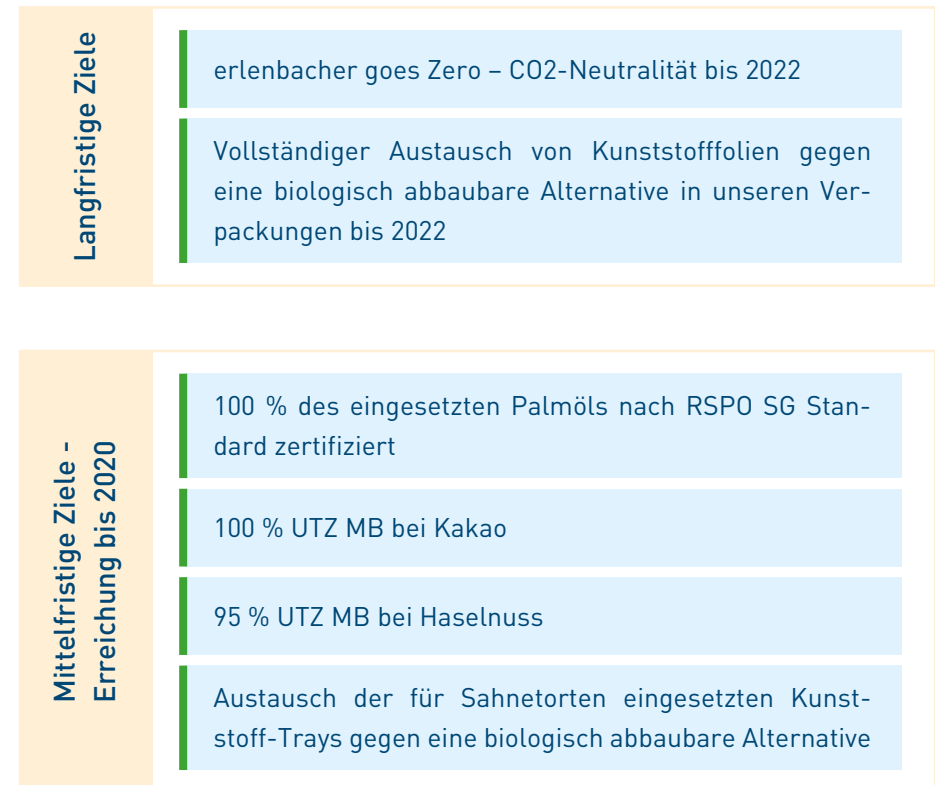


2.2. Die erlenbacher-Roadmap 2020

Wir haben uns im Rahmen der folgenden, umfassenden erlenbacher-Roadmap insgesamt 26 Nachhaltigkeitsziele für die Jahre 2018 bis 2020 gesetzt. Diese lassen sich in lang-, mittel- und kurzfristig umsetzbare Einzelziele unterteilen.

Legende zur Erläuterung der Roadmap:

Ökologische / ökonomische / soziale Ziele



Mittelfristige Ziele - Erreichung bis 2020

Entwicklung und Umsetzung eines langfristig tragfähigen Konzepts zur Wiederverwertung der beim Erdbeeranbau in Marokko eingesetzten Folien (18 t/Jahr)

Installation einer Tanksäule für Elektrofahrzeuge im Besucher-/Shop-Bereich

Reduzierung von Lebensmittelabfällen in der Produktion um 20 % vs. Stand 2017

Erarbeitung eines Konzepts zur nachhaltigen Eigenstromerzeugung

Entwicklung eines Produktsortiments für den Bildungsbereich mit Produkten, die an die Ernährungsbedürfnisse Heranwachsender unterschiedlichen Alters angepasst sind

Förderung der Arbeitssicherheit: 100 % unserer Mitarbeiter mit Personalverantwortung nach dem Behaviour Based Safety (BBS) Standard geschult

Kurzfristige Ziele

100 % Energiebedarfsdeckung aus zertifiziertem Ökostrom

Unterstützung des Projekts Henne & Hahn, jährlich mind. 100 t Abnahme

Kurzfristige Ziele - Erreichung in 2018 bzw. jährliche Erfüllung

Reduktion des zur Verpackung eingesetzten Kunststoffes um 10 % pro Jahr (im Verhältnis zur produzierten Gesamttonnage)

Begrenzung des CO₂-Austosses von Firmenwagen auf max. 130 g/km (nach NEFZ)

Förderung nachhaltiger Mobilität: Unterstützung der Nutzung von e-Bikes durch unsere Mitarbeiter mit Übernahme von 25 % der Kosten

Energie- und Wassereinsparung von 3 % pro Jahr

Bereitstellung von sechs Ausbildungsplätzen pro Jahr in Produktion und Verwaltung mit garantierter Übernahme für ein Jahr

Investition von mind. 100.000 EUR jährlich in die Qualifizierung unserer Mitarbeiter durch Schulungen und Fortbildungsmaßnahmen

Kontinuierliche Zuckerreduktion: Neuproduktentwicklungen grundsätzlich mit -10 % Zucker im Vergleich zum Durchschnitt der jeweiligen Produktgruppe (jährlich neuer Standard)

Fahrsicherheitstrainings für jeden Mitarbeiter mit Firmenwagen, wenn er ein neues Fahrzeug übernimmt (innerhalb von sechs Monaten ab Fahrzeugübergabe)

Kurzfristige Ziele - Erreichung in 2018 bzw. jährliche Erfüllung

Förderung der Mitarbeitergesundheit durch Bezuschussung von Mitgliedschaften in ausgewählten Fitness-Studios bis zu 40 % des Monatsbeitrags

Organisation eines Hilfsprojekts (z.B. Sammlung von Kleidung/Spielzeug) für die Familien von Farmern in einem Entwicklungsland, aus dem erlenbacher Rohstoffe bezieht

Förderung von lokalen Projekten und Initiativen im Raum Groß-Gerau mit einem Jahresvolumen von 10.000 EUR in Geld- und Sachleistungen

Spenden statt Weihnachtsgeschenke: 10.000 EUR Spendenvolumen für Projekte im Bereich Kinder/Jugend

2.3. Ziele und Projekte im Bereich Ökologie

2.3.1. Standortbestimmung

Als Lebensmittelproduzent sind hohe ökologische Standards für uns von größter Bedeutung. Dies beginnt bereits beim Anbau, wo wir intensiv mit den Farmern in aller Welt zusammenarbeiten. Hierfür haben wir einen eigenen Spezialisten für Agraranbau im Haus, der die Anbaugelände regelmäßig besucht und die Farmen auditiert. Ziel unseres „From Farm To Fork“-Ansatzes ist es, im Ursprungsland der Früchte gemeinsam mit Farmern und Produzenten möglichst das gesamte Personal – von den Erntearbeitern auf dem Feld bis zum Packer an der Packstation – in den Bereichen Qualität, Hygiene,

Umgang mit Pestiziden und Düngemitteln sowie Arbeitssicherheit zu schulen. Schulungsunterlagen in sechs Sprachen, bildhaft gestaltete Poster und Aufsteller sowie ein Code of Conduct und entsprechende Checklisten werden von uns zur Verfügung gestellt und unterstützen bei der täglichen Umsetzung.

Am Standort Groß-Gerau investieren wir kontinuierlich in die ökologische Weiterentwicklung unserer Anlagen und Gebäude. So haben wir beispielsweise bereits Ende 2012 den Brennstoff von Heizöl auf Gas umgestellt und damit den CO₂-Ausstoß um 25 % reduziert. Weitere technologische Maßnahmen wie die Installation eines neuen Brennwertkessels, eine effiziente Wärmerückgewinnung aus der Kälteanlage sowie die Nutzung der Abluft unserer Brenner und Druckluft-Kompressoren führten ebenfalls zu signifikanten Einsparungen. Dank unseres Energiedaten-Management-Systems (Hochhuth) ist es jederzeit möglich, individuelle Verbräuche an Wasser, Erdgas, Strom und Druckluft zu visualisieren und zu kontrollieren. So können Probleme schnell erkannt und bei Bedarf die Betriebsweise nachhaltig optimiert werden.

Als eines der ersten Unternehmen der Backwarenindustrie haben wir einen „CO₂-Fußabdruck“ (Polycarbon-Footprint, PCF) für tiefgekühlte Kuchen und Sahneschnitten erstellt und die Emissionen über den gesamten Lebenszyklus eines Produkts berechnet. Dies dient uns als Basis für weitere Maßnahmen zur CO₂-Einsparung. Unser erklärtes Ziel ist es, mittelfristig klimaneutral zu produzieren.

Als Partnerunternehmen des ZNU stehen wir zum Thema Nachhaltigkeit zudem im ständigen Austausch mit anderen Produzenten der Lebensmittelbranche. Damit stellen wir sicher, dass relevante Themen rund um Rohstoffe und Technologien frühzeitig erkannt und ggf. auch gemeinsam bearbeitet werden können.

2.3.2. Nachhaltige Rohstoffe

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 (www.rspo.org).

Seit 2015 ist erlenbacher für die Lieferkettenmodelle Mass Balance (MB) und Segregated (SG) zertifiziert. Das bei erlenbacher verwendete reine Palmöl sowie der Großteil der palmhaltigen Rohstoffe werden als RSPO SG zertifizierte Ware bezogen und regelmäßig durch entsprechende Audits bestätigt, zuletzt in KW 43/2018. Auch die wenigen noch verbleibenden palmhaltigen Rohstoffe sollen auf RSPO SG umgestellt werden.

Unser Ziel ist es, bis 2020 100 % Palmöl nach RSPO SG Standard einzusetzen.

Kakao

Wir sind Mitglied bei UTZ und unterstützen so den nachhaltigen Kakaoanbau. UTZ ist ein Programm und Gütesiegel für nachhaltigen Anbau auf der ganzen Welt (www.utz.org).

Im Oktober 2015 hat erlenbacher das UTZ Erstaudit Kakao für das Lieferkettenmodell Mass Balance (MB) absolviert. Die bei erlenbacher verwendeten reinen Kakaoprodukte sowie der Großteil der kakaohaltigen Rohstoffe werden als UTZ MB zertifizierte Ware bezogen und regelmäßig durch entsprechende Audits bestätigt, zuletzt in KW 43/2018.

Unser Ziel ist es, bis 2020 auch die wenigen noch verbleibenden kakaohaltigen Rohstoffe zu 100 % auf UTZ MB umzustellen.

Haselnüsse

Im November 2017 hat erlenbacher das UTZ Erstaudit Haselnuss für das Lieferkettenmodell Mass Balance (MB) absolviert. Das UTZ Haselnuss-Programm ist ähnlich aufgebaut wie das UTZ Kakao-Programm und unterstützt demnach den nachhaltigen Haselnussanbau. Die bei uns verwendeten reinen Haselnussprodukte sowie mehrere haselnusshaltige Rohstoffe werden bereits als UTZ MB zertifizierte Ware bezogen und regelmäßig durch entsprechende Audits bestätigt, zuletzt in KW 43/2018.

Unser Ziel ist es, bis 2020 zu 95 % UTZ MB Haselnüsse einzusetzen.

Ökostrom

Bereits seit 2017 wird bei uns über entsprechende Zertifikate 100 % Ökostrom gemäß „Renewable Plus“-Standard eingesetzt. Dies soll auch in den kommenden Jahren beibehalten werden.

Wir verpflichten uns, unseren gesamten Strombedarf über 100 % Ökostrom zu decken.

Projekt Henne und Hahn

Als erstes Unternehmen der Lebensmittelindustrie überhaupt haben wir 2017 ein gemeinsames Pilotprojekt mit einem Eiproduzenten gestartet: Die Aufzucht männlicher Küken (Rasse Lohmann Braun und Lohmann LSL) zu Schlachthähnen wird im Projekt „Henne & Hahn“ unterstützt. Diese Aufzucht wird ermöglicht, weil wir mit dem Kauf von „Henne & Hahn“-Eiern höhere Einkaufspreise akzeptieren. Teil des Projekts ist es auch, Hennen und Hähnen in den Hühnerfarmen Picksteine und Luzerne zur Verfügung zu stellen. Auf diese Weise werden natürliche Verhaltensweisen der Tiere wie das Picken und das Scharren unterstützt. Zudem wird bei der Aufzucht und Haltung von gesunden Hühnern nährstoffreiches, Gentechnik-freies Futter eingesetzt.

Wir verpflichten uns, jährlich mindestens 100 Tonnen „Henne & Hahn“-Vollei abzunehmen.

Darüber hinaus arbeiten wir daran, weitere Eiproduzenten für das Projekt zu gewinnen und so eine stetig wachsende Menge pro Jahr zu erreichen.

2.3.3. Klimabilanz / CO₂-Reduktion

erlenbacher goes Zero – CO₂-Neutralität bis 2022

Das Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) hat mit seinen Partnerunternehmen das Ziel ausgerufen, bis zum Jahr 2022 klimaneutral zu wirtschaften. Wir haben uns als Mitglied des ZNU entschieden und verpflichtet, dass wir bis 2022 am erlenbacher-Standort Groß-Gerau CO₂-neutral, d.h. klimaneutral, produzieren wollen.

Grundlage hierfür ist eine CO₂-Bilanz für den Standort, die gemeinsam mit der fjol GmbH erstellt wurde, und als vorläufiger Bericht vorliegt. Hieraus leiten wir entsprechende Optimierungen für erlenbacher ab und gehen diese in gezielten Projekten an. Überall dort, wo der CO₂-Ausstoß nicht vermieden werden kann, wird ein Äquivalent ausgerechnet, das dann in Wiederaufforstungsprojekte fließen kann, wie z.B. „Plant The Planet“.

Unser Ziel ist es, bis 2022 CO₂-neutral zu produzieren.

Ausstoß von CO₂ bei Firmenwagen

Im Rahmen unserer „Car Policy“ achten wir bewusst auf den CO₂-Ausstoß der zur Wahl stehenden Fahrzeugtypen und -modelle. Für sämtliche Fahrzeuggruppen gelten klare Grenzwerte. Dabei achten wir darauf, dass auch in der höchsten Gruppe ein CO₂-Ausstoß von 130 g/km (nach NEFZ; Stand: 2018) nicht überschritten wird.

Wir verpflichten uns, den CO₂-Ausstoß von Firmenwagen auf max. 130 g/km (nach NEFZ) zu beschränken.

Wir verfolgen die aktuelle Diskussion um den WLTP Standard und werden unsere Vorgaben anpassen, wenn dieser rechtsverbindlich wird. Darüber hinaus

beobachten wir den Stand der technologischen Entwicklung, um unsere Vorgaben regelmäßig zu aktualisieren.

2.3.4. Kunststoff vermeiden

Austausch von Kunststofffolien

Wir bemühen uns aktiv um Alternativen zur aktuell verwendeten Kunststofffolie. Ein besonderes Augenmerk legen wir dabei auf biologisch abbaubare Produkte. Hier müssen wir eine Lösung identifizieren oder nötigenfalls gemeinsam mit einem Partner entwickeln, die den hohen erlenbacher-Ansprüchen an die Produktsicherheit genügt. Gleichzeitig sollte sie auch Verkaufsaspekten, z.B. in Punkto Produktsichtbarkeit, Rechnung tragen.

Unser Ziel ist es, Kunststofffolien bis 2022 vollständig durch eine biologisch abbaubare Alternative zu ersetzen.

Reduzierung des zur Verpackung eingesetzten Kunststoffs

Im Rahmen der Verpackungsentwicklung wie auch in Projekten zur Optimierung unserer Verpackungslinien suchen wir nach Möglichkeiten, um Kunststoff einzusparen. Dabei versuchen wir nach dem Grundsatz „so viel wie nötig, so wenig wie möglich“ eine optimale Balance zwischen Produktschutz und Ressourceneinsparung zu finden und den Kunststoffeinsatz im Verhältnis zur produzierten Gesamttonnage kontinuierlich zu senken.

Unser Ziel ist es, die zur Verpackung eingesetzte Menge an Kunststoff jährlich um 10% zu reduzieren.

Austausch von Kunststoff-Trays bei Sahnetorten

Aktuell werden unsere Sahnetorten auf einem Kunststoff-Tray geführt und auch verpackt. Wir prüfen, dieses Tray durch eine biologisch abbaubare Alternative, z.B. aus Bagasse, zu ersetzen. Grundbedingung hierfür ist die Lebensmittelechtheit der verwendeten Materialien.

Unser Ziel ist es, die für Sahnetorten eingesetzten Kunststoff-Trays bis 2020 durch eine biologisch abbaubare Alternative zu ersetzen.

(Wieder-)Verwertung der beim Erdbeeranbau in Marokko eingesetzten Folien

Beim Erdbeeranbau in Marokko wird aus hygienischen Gründen zwischen den Reihen an Erdbeerpflanzen eine Kunststofffolie eingesetzt. So wird verhindert, dass die Früchte Kontakt mit dem Erdreich haben und eventuelle Schädlinge die Erdbeeren befallen können. Bei unserem Audit 2018 haben wir festgestellt, dass diese Folien keiner geordneten Verwertung zugeführt, sondern „wild“ entsorgt werden. Allein für die Produktion für erlenbacher entspricht dies einem Volumen von 18 t Kunststofffolie pro Jahr. Daher haben wir uns entschlossen, gemeinsam mit unserem lokalen Partner Messem die Initiative „Zero Strawberry Mika“ zu unterstützen. Ziel ist es, die Landschaft von Folien zu reinigen und diese einer sinnvollen Verwertung zuzuführen. Darüber hinaus sollen die Farmer sensibilisiert werden, um einen verantwortungsvollen Umgang mit der Folie zu erlernen, sowie finanziell über mehrere Jahre unterstützt werden, um gute Praktiken zu etablieren.

Unser Ziel ist es, bis 2020 eine langfristig tragfähige Lösung zur (Wieder-) Verwertung der beim Erdbeeranbau in Marokko eingesetzten Folien zu etablieren.

2.3.5. e-Mobilität fördern

Installation einer Tanksäule für Elektrofahrzeuge

Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, die e-Mobilität in der Region zu fördern. Deshalb ist mittelfristig geplant, im Besucher- bzw. Shop-Bereich eine Tanksäule für Elektrofahrzeuge zu installieren. Derzeit werden die Möglichkeiten zur technischen Umsetzung geprüft. Wir suchen hierzu auch das Gespräch mit der Stadt Groß-Gerau.

Unser Ziel ist es, bis 2020 eine Tanksäule für Elektrofahrzeuge im Besucher-/ Shop-Bereich zu installieren.

Förderung der Nutzung von e-Bikes

Wir fördern nachhaltige Mobilität bei unseren Mitarbeitern. Hierfür organisieren wir jährlich einen „Bike & Like“-Tag, an dem unsere Mitarbeiter e-Bikes aus dem BeGreen-Sortiment mit Pedelecs testen können. Mit dem Anbieter wurden spezielle Konditionen vereinbart, zu denen erlenbacher-Mitarbeiter ihr Wunschrad mieten können. Wir unterstützen dies durch Übernahme von 25 % der Kosten.

Wir verpflichten uns, die Nutzung von e-Bikes durch unsere Mitarbeiter mit Übernahme von 25 % der Kosten zu fördern.

2.3.6. Weitere Projekte

Mobilitätszertifikat / Öffentlicher Nahverkehr

Wir befürworten die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs durch unsere Mitarbeiter. Daher stehen wir im Dialog mit den Nahverkehrsbetrieben, der Stadt Groß-Gerau und dem Nahverkehrsverbund Darmstadt, um die ÖPNV-Nutzung aktiv zu fördern. Wir prüfen die Rahmenbedingung eines Jobtickets für unsere Mitarbeiter und planen, unser Mobilitätszertifikat im Jahr 2019 zu erneuern.

Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, unser Arbeitszeitmodell so anzupassen, dass jeder Arbeitnehmer problemlos mit öffentlichen Nahverkehrsmitteln zu uns kommen und nach Hause fahren kann – unabhängig von der jeweiligen Schicht. Ein neues Arbeitszeitmodell soll 2019 getestet werden. Hierzu sind wir im Gespräch mit dem Betriebsrat.

Darüber hinaus prüfen wir die Möglichkeit, eine Bushaltestelle in unmittelbarer Nähe des Werksgeländes einzurichten. Hierzu stehen wir mit den Nahverkehrsbetrieben sowie auch mit unseren Nachbarunternehmen im Dialog.

Elektro- oder Hybrid-Pool-Fahrzeug

Wir verfolgen die technologische Entwicklung im Bereich der e-Mobilität und prüfen, inwieweit es ökologisch und wirtschaftlich sinnvoll ist, unsere Fahrzeugflotte umzustellen. Als Pilotprojekt planen wir, im Rahmen der regelmäßigen Aktualisierung unseres Fuhrparks mindestens ein Pool-Fahrzeug als Elektro- oder Hybridfahrzeug anzuschaffen.

Weiterentwicklung „From Farm To Fork“

Ob Erdbeerfelder in Marokko und Peru, oder Global GAP zertifizierte Himbeerplantagen in Chile oder Serbien: Die Zusammenarbeit mit den Farmern in aller Welt wurde durch Dialog und regelmäßige Audits vor Ort intensiviert. Auch zukünftig möchten wir diese Zusammenarbeit kontinuierlich weiter ausbauen. Die enge Kooperation mit den Farmern soll über die zuliefernden Partner in Vertragsanbau mit klar vorgegebenen Rahmenbedingungen münden. Farm- und Werkaudits wie beispielsweise das SMETA Audit (Sedex Members Ethical Trade Audit) sind Teil dieser Weiterentwicklung.

Ausbau der Partnerschaft mit Messem (Marokko)

Die Partnerschaft mit Messem, unserem strategischen Lieferanten für Erdbeeren in Marokko, soll kontinuierlich ausgeweitet werden. Neben der Zusammenarbeit beim Thema „Zero Strawberry Mika“ finden weitere gemeinsame Aktivitäten statt. Ein Beispiel hierfür ist ein Nachhaltigkeits-Workshop bei der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) in Eschborn. Darüber hinaus nehmen wir jährlich gemeinsam am „Strawberry Day“ in Marokko teil und zeigen, wie wir einen nachhaltigen Anbau von Früchten fördern und unterstützen.

Regenwasser-Notfallschieber

Wir nehmen unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt ernst und prüfen regelmäßig, wo wir in unseren Anlagen und Prozessen Verbesserungsmöglichkeiten haben. Wir haben auf unserem Gelände zwei Abwasserkreisläufe, einen für Produktionsabwässer und einen zweiten für Regenwasser. Die Pro-

duktionsabwässer werden in unserer Abwasser-Aufbereitungsanlage vorgeklärt und entsprechend der Belastung (CSB-Wert) ins öffentliche Netz eingeleitet. Hierbei haben wir festgestellt, dass bei starkem Regenfall in einer ungünstigen Konstellation Produktionsabwässer in den Regenwasserkreislauf gelangen könnten und somit ungeklärt eingeleitet würden. Als Reaktion hierauf haben wir einen Regenwasser-Notfall-Schieber nachgerüstet. Dieser verhindert im Fall des Eintritts von Produktionsabwasser oder anderer unerwünschter Kontaminanten die Einleitung ins öffentliche Netz. Wir nutzen dieses Beispiel auch als Ansporn für unsere Mitarbeiter, stets mit offenen Augen durch den Arbeitsalltag zu gehen und mögliche Verbesserungen anzuregen.

2.4. Ziele und Projekte im Bereich Ökonomie

2.4.1. Standortbestimmung

Der verantwortungsbewusste und schonende Umgang mit Ressourcen ist für uns nicht nur Ausdruck ökologischen Verantwortungsbewusstseins. Durch entsprechende Einsparungen bietet er auf lange Sicht auch klare ökonomische Vorteile. Dabei haben wir neben Rohstoffen, Wasser und Energie auch die wohl wichtigste Ressource unseres täglichen Handelns im Fokus: die Qualifikation und kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter.

Gemeinsam mit dem Institute of Culinary Arts (ICA) haben wir einen Zertifikatslehrgang für Produkt- und Prozessmanagement („ICA Spezialist für tiefgefrorene Kuchen und Torten“) entwickelt. Dieser Lehrgang kommt einerseits unseren Mitarbeitern im kaufmännischen Bereich zugute, steht aber auch für Kunden offen – etwa zur Schulung ihres Personals. Wir sind stolz, viele langjährige Mitarbeiter im Unternehmen zu haben, die sich im Rahmen ihres beruflichen Werdegangs kontinuierlich weiterentwickelt haben. Viele Leitungsfunktionen werden von Mitarbeitern wahrgenommen, die ihre Karriere bei erlenbacher als Angestellte oder als Azubi in der Produktion oder in der Verwaltung begonnen haben. Personalentwicklung ist für uns ein wesentlicher

Faktor, langfristig qualifiziertes Fachpersonal an uns zu binden.

Darüber hinaus nehmen Mitarbeiter verschiedener Abteilungen regelmäßig an Workshops und Arbeitskreisen des ZNU teil, die sich dem Thema Nachhaltigkeit in Einkauf, Marketing oder Produktion, im Umgang mit Ressourcen oder anderen Fachthemen widmen. Hierzu stehen wir auch in regem Austausch mit weiteren Partnerunternehmen des ZNU und können so Best-Practice-Beispiele von anderen Unternehmen als Inspiration für eigene Projekte nutzen.

Neben einer kontinuierlichen Optimierung des Ressourceneinsatzes in der Produktion achten wir auch streng auf Müllvermeidung. Deshalb verzichten wir bei eingehenden Lieferungen in Abstimmung mit unseren Lieferanten so weit wie möglich auf Umverpackungen und stellen auf Großgebinde um. So beziehen wir beispielsweise Apfelmus im 1.000 l Bag-in-Box System. Generell legen wir Wert darauf, dass Verpackungen aller Art grundsätzlich recycelbar sind.

Bei unseren Verkaufsunterlagen wie auch beim Messebau achten wir auf den Einsatz umweltfreundlicher Materialien und konsequente Wiederverwendung. Die von uns eingesetzten Papiere für Kataloge, Flyer oder Briefe sind nach FSC oder PEFC zertifiziert. Druckmedien werden mit umweltfreundlichen Lacken und Drucktechniken realisiert. Bei Hausmessen werden Systemmodule bzw. wiederverwendbare Standmaterialien eingesetzt. Beim individuellen Messebau wird auf Modularität, nachhaltige Materialien und Recycling geachtet. So werden beispielsweise als Rückwände genutzte Planen mit Bildern aktueller Produktneuheiten nach Abschluss der Messesaison in Tragetaschen umgearbeitet. Als beliebte Unikate finden sie bei Mitarbeitern und Kunden so weitere Verwendung.

2.4.2. Ressourcenschonung

Wassereinsparung /Energieeinsparung

Die Reinigung industrieller Anlagen für die Lebensmittelproduktion erfolgt durch eine sogenannte CIP-Reinigung (CIP = Cleaning in Place). Um Wasser

bei der Reinigung einzusparen, haben wir auf unserer Linie 5 (Sahne-/Desert-Linie) ein Referenzprojekt zur Optimierung des Reinigungsprogramms gestartet. Nach Abschluss der Testphase sollen die Ergebnisse anschließend auf die restlichen Linien übertragen werden.

Durch die Optimierung der Reinigungsprogramme wie auch die Sensibilisierung der Mitarbeiter sollen insgesamt 2.352 m³ Trinkwasser pro Jahr eingespart werden. Das entspricht rund 3 % des gesamten Wasserverbrauchs im Unternehmen. Im selben Umfang haben wir uns auch Energieeinsparungen durch Effizienzsteigerungen zum Ziel gesetzt.

Unser Ziel ist es, jährlich 3 % Einsparung bei Energie und Wasser zu realisieren.

2.4.3. Abfallreduzierung

Abfallreduktion bei der Produktion

Der Außer-Haus-Markt wandelt sich. Mit ihm verändern sich nicht nur die Verzehranlässe, sondern auch die Servicekonzepte sowie die Personalsituation der Kunden. Wir reagieren darauf, beispielsweise mit der Investition in eine leistungsfähige Schneidetechnologie. Denn vorgeschchnittene Rund- und Plattenkuchen oder Sahnetorten und Sahneschnitten erleichtern dem Verwender nicht nur das Handling: Die bedarfsgerechte Portionierung führt gleichzeitig auch zu einem deutlich verbesserten und damit nachhaltigerem Waste-Management. Aufgrund der vom Markt geforderten Einheitlichkeit der Portionen entstehen in der Produktion jedoch Schnittabfälle, z.B. Randstreifen. Diese werden gesammelt und einem Landwirt übergeben, der sie für die Biogas-Herstellung einsetzt. Unser Ziel ist es jedoch, diese Abschnitte auf ein Minimum zu reduzieren. Wir streben an, mit Hilfe von hochpräziser Ultraschall-Schneidtechnik bei unseren Plattenkuchen die Lebensmittelabfälle um rund 20 % im Vergleich zu 2017 zu reduzieren.

Unser Ziel ist es, unsere Lebensmittelabfälle bis 2020 um 20 % (vs. Stand 2017) zu reduzieren.

2.4.4. Nachhaltige Stromerzeugung

Eigenstromerzeugung

Durch den Einsatz von 100 % zertifiziertem Ökostrom haben wir unseren CO₂-Fußabdruck bereits signifikant verbessert. Darüber hinaus prüfen wir, ob Eigenstrom auf nachhaltige und dabei wirtschaftlich sinnvolle Art und Weise durch eine Photovoltaikanlage bzw. durch ein Blockheizkraftwerk auf dem Werksgelände erzeugt werden kann. Die Eckdaten hierfür werden im Laufe des Jahres 2019 erhoben, sodass bis 2020 ein entscheidungsfähiges Konzept für eine nachhaltige Eigenstromerzeugung ausgearbeitet werden kann.

Unser Ziel ist es, bis 2020 ein Konzept zur nachhaltigen Eigenstromerzeugung zu entwickeln.

2.4.5. Mitarbeiterqualifikation

Ausbildungsplätze

Qualifizierter Nachwuchs sowohl in der Verwaltung als auch in der Produktion oder im Lager ist ein Schlüsselfaktor für die langfristige Entwicklung des Unternehmens. Daher fördern wir die Ausbildung von jungen Leuten und bieten pro Jahr sechs Ausbildungsplätze in Produktion und Verwaltung an. Nach abgeschlossener Ausbildung garantieren wir die Übernahme für ein Jahr und können oftmals im Anschluss daran eine langfristige Perspektive bei erlenbacher bieten. Auch Modelle zum berufsbegleitenden Studium werden von uns unterstützt.

Wir verpflichten uns, jährlich sechs Ausbildungsplätze in Verwaltung und Produktion bereitzustellen.

Investition in unsere Mitarbeiter

Qualifizierte Mitarbeiter sind die Basis für effizientes und nachhaltig erfolgreiches Arbeiten. Deshalb investieren wir neben den jährlichen Pflichtschulungen in den Bereichen Hygiene und Arbeitssicherheit auch in die individu-

elle Entwicklung unserer Mitarbeiter. Hierfür wird jährlich in allen Bereichen der Fortbildungsbedarf ermittelt und ein Gesamtbudget festgelegt. Konkrete Schulungen und Fortbildungsmaßnahmen werden anschließend in individuellen Entwicklungsgesprächen mit den Mitarbeitern vereinbart. erlenbacher trägt hierbei sämtliche Kosten, von Schulungskosten über Reiseaufwendungen und die erforderliche Freistellung von der regulären Arbeit.

Wir verpflichten uns, jährlich mind. 100.000 EUR in die Qualifizierung unserer Mitarbeiter zu investieren.

2.4.6. Weitere Projekte

Nutzung von Wärmerückgewinnung

Zum Frosten von Kuchen und Torten nutzen wir die Kältetechnik von Nordfrost. Der Lagerdienstleister und Tiefkühlspediteur – ein direkter Nachbar – stellt Stellplätze für die erlenbacher-Produkte bereit und liefert die für den Produktionsprozess der Kuchen und Torten benötigte Kälte. Als Kältemittel dient Nordfrost klimaneutrales Ammoniak. Bei dessen Kompression im Verdichter entsteht Wärme, die wir zum Vorwärmen des Wassers für die Reinigung und Gebäudeheizung nutzen. Durch die Installation eines zusätzlichen Drei-Wege-Ventils soll erreicht werden, dass die eingespeiste Energie effizienter genutzt werden kann. Ziel ist, dass das derzeit im Schnitt 50 bis 55 °C warme Wasser nicht mehr mit Gas nachgeheizt werden muss, um für das Heiz- und Reinigungssystem 60 °C warmes Wasser zu erhalten.

Nutzung von Abwärme

Die Wärme aus dem Schwaden von drei Backöfen soll genutzt werden. Die Kennzahlen dazu liegen bereits vor, sie müssen jedoch noch analysiert werden. Im Anschluss daran soll die wirtschaftliche Prüfung und Erarbeitung eines Konzepts erfolgen, wie die freigesetzte Energie genutzt werden kann.

Erdgaseinsparung mittels Solartechnologie

Derzeit ermitteln wir über Kennzahlen, ob die Wasseraufbereitung mittels Solartechnologie abgedeckt werden kann. Ziel ist es, den Gasverbrauch weiter zu reduzieren.

Vermeidung von Verpackungen und Verpackungsmüll

Wir legen Wert darauf, dass Verpackungen aller Art grundsätzlich recycelbar sind. Zwar werden bei uns bereits überwiegend Papier/Karton und Kunststoffe eingesetzt, die sich sowohl einem stofflichen als auch einem energetischen Recycling zuführen lassen. Nichtsdestotrotz wollen wir das Verpackungsvolumen und die Dicke der Folien zur Verpackung von Kuchen weiter reduzieren, z.B. über Optimierungen beim Einschweißen.

Wir haben es uns außerdem zum Ziel gesetzt, die Trennung von Mischmüll, wie beispielsweise plastikummantelte Europaletten, streng zu prüfen und weiter voranzutreiben.

Nachhaltigkeits-Workshop für die Azubis

Wir organisieren für unsere Azubis jährlich einen Nachhaltigkeits-Workshop, um das Thema Nachhaltigkeit von Anfang an im Bewusstsein zu verankern. Gleichzeitig möchten wir damit das Engagement für nachhaltiges Handeln im Betrieb und auch außerhalb, im Privatleben, fördern.

2.5. Ziele und Projekte im Bereich Soziales

2.5.1. Standortbestimmung

Nachhaltiges Handeln heißt für uns nicht nur, Ökologie und Ökonomie in Einklang zu bringen. Auch der sozialen Nachhaltigkeit kommt große Bedeutung zu. Wir wollen auf die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter eingehen und tun das Bestmögliche, um ein angenehmes Arbeitsklima zu gewährleisten. Alle Mitarbeiter werden dazu ermutigt, sich aktiv in sozialen oder gesundheitsför-

dernden Projekten zu engagieren. Beispielsweise erhielten wir 2018 den Präventionspreis zum Thema Arbeitssicherheit von der Berufsgenossenschaft. Prämiert wurde ein von Mitarbeitern initiiertes Projekt, das für mehr Sicherheit bei der Arbeit an der Sahnlinie sorgt.

Durch regelmäßige Ernährungsschulungen und Projekte zur Förderung der Fitness und Gesundheit werden erlenbacher-Mitarbeiter seit langem an das Thema der bewussten Ernährung und Gesundheit herangeführt. Uns ist es wichtig, dass der Gesundheitsgedanke bei den Mitarbeitern tiefer verankert wird.

Kuchen, Torten und Desserts sind Genussprodukte, bei denen Zucker und Fett einen wichtigen Beitrag zum Geschmack leisten. Wir beschäftigen uns bereits seit 2008 gezielt mit den Themen „Nutrition, Health and Wellness“. So haben wir beispielsweise 2016 sämtliche Rührteige überarbeitet und dabei ohne Geschmacks- und Qualitätsverlust rund 10 % Zucker reduziert. Zudem wurde bereits ein großer Teil der gesättigten Fettsäuren (SFA) gegen mehrfach ungesättigte Fettsäuren in Form von Rapsöl ausgetauscht. Der Anteil an Transfettsäuren liegt bei weniger als 1 %.

2.5.2. Verantwortungsvolle Produkte

Kontinuierliche Zuckerreduktion

Der Zuckergehalt von Lebensmitteln gehört zu den meistdiskutierten Themen in der Lebensmittelbranche. Als Hersteller von süßen Genussprodukten haben wir hier eine besondere Verantwortung. Daher haben wir es uns zum Ziel gesetzt, unsere Sortimente kontinuierlich weiterzuentwickeln. Bei neuentwickelten Produkten werden wir den Gehalt an zugesetztem Zucker um 10 % reduzieren. Vergleichswert ist dabei der Durchschnitt der jeweiligen Produktkategorie. Dabei achten wir darauf, dass das Produkt weder geschmacklich verliert noch sensorisch weniger angenehm ist. Die Süße der Produkte soll nicht dominieren, sondern eine harmonische Verbindung mit anderen Aromaträgern eingehen.

Hierzu haben wir Durchschnittswerte für den Zuckergehalt und die Arten von zugesetztem Zucker ermittelt. Zudem wurden Wettbewerbsprodukte betrachtet, um den Status Quo bei erlenbacher besser einordnen zu können. Auf dieser Basis wurden im Herbst 2018 entsprechende Vorgaben für die Produktentwicklung formuliert, die jährlich als neuer, niedrigerer Standard aktualisiert werden.

Wir verpflichten uns, bei sämtlichen Neuprodukten den Gehalt an zugesetztem Zucker um 10 % zu senken im Vergleich zum Durchschnitt der jeweiligen Produktkategorie.

Kuchengenuss für Heranwachsende

Die „zu süße Ernährung von Kindern“ ist gesellschaftspolitisch gesehen ein sehr sensibles Thema, dem wir uns als Hersteller stellen wollen. Gerade bei der Verpflegung in Bildungseinrichtungen (Kindergarten, Schule, Hochschule) sehen wir ein großes Potenzial. Denn im Gegensatz zum privaten Konsum erfolgt hier über das Angebot bereits eine Vorauswahl. Wir beabsichtigen, mit Partnern aus Wissenschaft und Praxis ein Sortiment an Kuchen oder süßen Snacks zu entwickeln, das den Ernährungsanforderungen junger Konsumenten unterschiedlichen Alters Rechnung trägt.

Eine wissenschaftliche Fundierung ist hierbei aus unserer Sicht unerlässlich. Daher führen wir derzeit erste Sondierungsgespräche mit möglichen Partnerhochschulen und -instituten. Mitte 2019 soll der Partnerkreis für dieses Projekt endgültig feststehen. Die Umsetzung wird dann eines unserer Schwerpunktthemen in den Jahren 2019 und 2020 sein.

Unser Ziel ist es, bis 2020 ein Produktsortiment für den Bildungssektor zu entwickeln, das an die Ernährungsbedürfnisse Heranwachsender angepasst ist.

2.5.3. Mitarbeitersicherheit

Förderung der Arbeitssicherheit

Arbeitssicherheit ist eminent wichtig, in allen Bereichen unseres Unternehmens. Im Produktionsbereich finden bereits zweimal jährlich Schulungen

nach dem Behaviour Based Safety (BBS) Standard für Mitarbeiter mit Führungsaufgaben statt. Dies wollen wir auf 100 % unserer Mitarbeiter mit Personalverantwortung ausweiten.

Unser Ziel ist es, bis 2020 sämtliche Mitarbeiter mit Personalverantwortung nach dem Behaviour Based Safety Standard zu schulen.

Fahrsicherheitstrainings

Berufsbedingt fahren unsere Mitarbeiter im Außendienst oder aus dem Führungskreis jährlich lange Strecken. Um Unfallrisiken zu minimieren, ist es unerlässlich, das Verhalten seines Fahrzeugs in Extremsituationen einschätzen zu können. Daher organisieren wir mit finanzieller Unterstützung der Gewerkschaft NGG Fahrsicherheitstrainings beim ADAC. Und zwar für jeden Mitarbeiter mit Firmenwagen, wenn er ein neues Fahrzeug übernimmt. Diese müssen innerhalb von sechs Monaten ab Fahrzeugübergabe stattfinden.

Wir verpflichten uns, Fahrsicherheitstrainings für jeden Mitarbeiter mit Firmenwagen bei Übernahme eines neuen Fahrzeugs zu organisieren.

2.5.4. Mitarbeitergesundheit

Förderung der Mitarbeitergesundheit durch Sport

Körperliche Fitness erhält die Gesundheit und stärkt die Leistungsfähigkeit. Wir fördern die Mitarbeitergesundheit durch Bezuschussung von Mitgliedschaften in ausgewählten Fitness-Studios. Dabei übernehmen wir bis zu 40 % des Monatsbeitrags. Hierfür haben wir mit lokalen Partnern spezielle Konditionen verhandelt, unterstützen aber auch die Nutzung von Studios am Wohnort des Mitarbeiters, wenn er nicht im Großraum Groß-Gerau lebt. Darüber hinaus haben wir einen Sponsorenvertrag mit einem lokalen Kinderturnverein, bei dem Mitgliedschaften für die Kinder unserer Mitarbeiter unterstützt werden.

Wir verpflichten uns, die Mitarbeitergesundheit durch Bezuschussung von Mitgliedschaften in Fitness-Studios mit bis zu 40 % des Monatsbetrags zu fördern.

2.5.5. Soziales Engagement

Hilfsprojekte

Wir beziehen unsere Rohstoffe grundsätzlich aus den bestmöglichen Anbaugebieten für die von uns geforderten Qualitäten. Insbesondere bei Früchten kommen diese oftmals aus Entwicklungsländern. Wir wollen über faire Einkaufsbedingungen hinaus unsere Beziehung zu den jeweiligen Partnern entlang unserer Wertschöpfungskette stärken. Daher organisieren wir jährlich ein Hilfsprojekt für die Familien von Farmern in den jeweiligen Ländern. Für 2018 haben wir uns für Chile entschieden, von wo wir Himbeeren beziehen. Die Projekte für die Folgejahre sind noch festzulegen.

Wir verpflichten uns, jährlich ein Hilfsprojekt für die Familien von Farmern in einem Entwicklungsland, aus dem wir Rohstoffe beziehen, zu organisieren.

Förderung von lokalen Projekten

Wir sind am Standort Groß-Gerau verwurzelt und wollen uns aktiv in das Leben in der Region einbringen. Daher unterstützen wir lokale Projekte und Initiativen im Raum Groß-Gerau mit Geld- und Sachleistungen. Beispielsweise unterstützen wir das alljährliche Event „Groß-Gerau läuft“ mit einem eigenen Team sowie einem Stand für die Verpflegung der Teilnehmer und Zuschauer.

Wir verpflichten uns, jährlich 10.000 EUR in Geld- und Sachleistungen für die Unterstützung lokaler Projekte zur Verfügung zu stellen.

Spenden statt Weihnachtsgeschenke

Schon vor Jahren haben wir die Weihnachtsgeschenke für Kunden und Geschäftspartner eingestellt und stattdessen Projekte im Bereich Kinder/Jugend finanziell unterstützt. Dies wollen wir auch zukünftig so handhaben.

Wir verpflichten uns, anstelle von Weihnachtsgeschenken jährlich 10.000 EUR für Projekte im Bereich Kinder/Jugend zu spenden.

2.5.6. Weitere Projekte

Natürliche Rohstoffe

Fruchtpürees und Fruchtzubereitungen gehören zu den Hauptkomponenten von Kuchen und Desserts. Unser Ziel ist es, möglichst viele Produkte auf 100 % Fruchtpüree umzustellen, da Fruchtzubereitungen zugesetzte Gelatine und Zucker enthalten. Ein weiteres Ziel ist die Eigenherstellung von Fruchtzubereitungen. Mit Hilfe angepasster Rezepturen möchten wir so die Beigabe von Zusatzstoffen vermeiden.

Clean Label – die Weiterentwicklung unserer Zutatengarantie

Wir vertrauen bereits seit 2008 auf den natürlichen Geschmack der Rohstoffe. Die „erlenbacher-Zutatengarantie“ garantiert dem Kunden: Wenn überhaupt noch Aromen zum Einsatz kommen, dann nur noch natürliche. Seit 2014 setzen wir unseren Produkten außerdem keine deklarationspflichtigen Zusatzstoffe mehr zu. Zudem werden sämtliche erlenbacher-Produkte ohne Farb- und Konservierungsstoffe hergestellt. Aber was vor Jahren wegweisend war, ist heute vielfach Standard. Daher wollen wir noch einen Schritt weiter in Richtung „Clean Label“ gehen und unsere Zutatengarantie überarbeiten. Beispielsweise prüfen wir derzeit die Möglichkeit, komplett auf tierische Gelatine zu verzichten. Unser Ziel ist es, in der Zusammensetzung unserer Produkte die aktuellen wie auch die zukünftigen Erwartungen der Kunden und Verbraucher bestmöglich zu berücksichtigen.

Gesundheitsbewussteres Speisenangebot in der Kantine

Im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung möchten wir unsere Mitarbeiter auch für eine gesündere Ernährung sensibilisieren. Hierbei wollen wir nicht kritisieren und vorschreiben, sondern über Aufklärung und optionale Angebote schrittweise eine Verhaltensänderung bewirken. Hierfür werden wir mit einer externen Ernährungsberaterin für den fachlichen Input sowie den Mitarbeitern unserer Kantine eng zusammenarbeiten. Das beliebte „Tagesessen“ wird hierbei nicht in Frage gestellt, sondern soll schrittweise durch

einen höheren Gemüseanteil bei den alternativen Angeboten ergänzt werden. Aufklärung zu Zutaten, allgemeine Ernährungstipps, Selbst-Checks bis hin zum Angebot individueller Ernährungsberatung sollen stufenweise zu einem Bewusstseinswandel führen.

Gesundheitsvorsorge

Wir bieten unseren Mitarbeitern vielseitige Gesundheitsinitiativen und treffen im Rahmen der medizinischen Vorsorge vorbeugende Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeiter. Dazu gehören kostenlose Impfungen (Gripeschutz), Sehtests und Bildschirmbrillen (mit Zuzahlung) sowie Schonarbeitsplätze (auf Basis von Arbeitsplatzbegehungen).

Gefahrstoffcontainer

In der Entwicklung und der Produktion kommen stellenweise auch Gefahrstoffe zum Einsatz. Diese sollen zur Verringerung von Unfallrisiken in den Außenbereich verlagert werden. Ein entsprechender Container wurde bei der Unternehmensleitung beantragt und soll im Frühjahr 2019 in Betrieb genommen werden.

Sportliches Event in 2020

Um das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und auch die sportliche Betätigung unserer Mitarbeiter zu fördern, planen wir für den Sommer 2020 ein sportliches Event, z.B. ein Sommerfest mit sportlicher Aktivität oder ein Fußballturnier (erlenbacher-Teams gegen Teams ortsansässiger Unternehmen oder gegen Kunden- bzw. Lieferantenteams). Die Einnahmen daraus sollen für einen guten Zweck gespendet werden.

3. erlenbacher-Nachhaltigkeitsteams

2018 haben wir einen Nachhaltigkeitsrat ins Leben gerufen und dazu vier Projektteams gebildet. Sie werden in den Bereichen Organisation und Kommunikation von zentralen Teams unterstützt. Jedes der vier Projektteams hat jeweils ein Mitglied der Geschäftsleitung als beratenden Sponsor sowie eine Teamleitung aus einer themennahen Fachabteilung. Die Gruppen treffen sich monatlich zur Besprechung des jeweiligen Projektstatus und zur Abstimmung des weiteren Vorgehens bei den einzelnen Themen. Dazwischen werden die Projekte in Kleingruppen bearbeitet und aktiv vorangetrieben.

Das Engagement in den Projektteams beruht ausschließlich auf Freiwilligkeit. Die Motivation zur aktiven Mitgestaltung ist die Basis für die Ideenentwicklung in der Gruppe und den Gestaltungswillen in der Projektumsetzung. Alle interessierten erlenbacher-Mitarbeiter sind daher dazu eingeladen, sich aktiv in einem der Projektteams zu engagieren. Jede der vier Projektgruppen hat für sich ein Leitbild formuliert und übergeordnete Ziele definiert, die den Kern ihres Engagements beschreiben.

3.1. Nachhaltigkeitsrat

Als oberstes Lenkungsgremium für das Thema Nachhaltigkeit bei erlenbacher setzt sich der Nachhaltigkeitsrat aus Mitgliedern der Geschäftsleitung aller Unternehmensbereiche zusammen. Der Nachhaltigkeitsrat trifft sich alle zwei Monate.

Seine zentralen Aufgaben sind:

- Festlegung der übergeordneten Nachhaltigkeitsagenda
- Freigabe von Projekten aus den Arbeitsgruppen
- Bereitstellung von Budgets für die Arbeit der Teams
- Sicherstellen, dass Nachhaltigkeitsarbeit in den Abteilungen anerkannt ist und Mitarbeiter die nötige Zeit dafür bekommen

Darüber hinaus werden folgende Themen und Projekte direkt vom Nachhaltigkeitsrat initiiert und vorangetrieben:

- erlenbacher goes Zero – CO2-Neutralität bis 2022
- Begrenzung des CO2-Ausstoßes von Firmenwagen
- Installation einer Tanksäule für Elektrofahrzeuge im Besucher-/Shop-Bereich.
- Elektro- oder Hybrid-Pool-Fahrzeug
- Bereitstellung von Ausbildungsplätzen
- Investition in unsere Mitarbeiter
- Spenden statt Weihnachtsgeschenke
- Förderung von lokalen Projekten und Initiativen im Raum Groß-Gerau
- Gesundheitsvorsorge

3.2. Umwelt und Sicherheit

3.2.1. Leitbild & Ziele

Unser Leitbild:

Wir stellen sicher, dass auch zukünftig die relevanten Nachhaltigkeitsthemen rund um Energie-, Wasserverbrauch und Arbeitsschutz im Fokus stehen und kontinuierlich verbessert werden.

Unsere übergeordneten Ziele:

- Bewusstsein für ein sicheres Arbeiten interner und externer Mitarbeiter stärken und verbessern
- Arbeitsschutzrelevante Arbeitsbedingungen für interne und externe Mitarbeiter verbessern
- Bewusstsein für einen schonenden Umgang mit Ressourcen stärken und verbessern
- Projekte starten, um nachhaltige Einsparung von Ressourcen zu überprüfen
- Projekte starten, um die Umwelt nachhaltig zu schonen

3.2.2. Projekte

Folgende Themen und Projekte werden vom Team „Umwelt & Sicherheit“ bearbeitet:

- Regenwasser-Notfallschieber
- Energie- und Wassereinsparung
- Reduzierung von Lebensmittelabfällen in der Produktion
- Erarbeitung eines Konzepts zur nachhaltigen Eigenstromerzeugung
- Nutzung von Wärmerückgewinnung
- Nutzung der Abwärme unserer Backöfen
- Erdgaseinsparung mittels Solartechnologie
- Förderung der Arbeitssicherheit / BBS-Schulungen
- Verlagerung des Gefahrstoffcontainers

3.3. Responsible Sourcing

3.3.1. Leitbild & Ziele

Unser Leitbild:

Wir möchten unserer Verantwortung gerecht werden, unsere Rohstoffe nachhaltig zu beschaffen und unsere Lieferanten/Produzenten darin bestärken, den Fokus auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz zu setzen.

Unsere übergeordneten Ziele:

- Tierwohl / Tierschutz fördern
- Umweltschutz auf allen Stufen der Wertschöpfungskette
- Ressourcenschonung durch effizienten Einkauf
- Transparenz entlang der Lieferkette schaffen

3.3.2. Projekte

Folgende Themen und Projekte werden vom Team „Responsible Sourcing“ bearbeitet:

- 100 % des eingesetzten Palmöls nach RSPO SG Standard zertifiziert.
- 100 % UTZ MB bei Kakao
- 95 % UTZ MB bei Haselnüssen
- 100 % Energiebedarfsdeckung mit zertifiziertem Ökostrom
- Unterstützung des Projekts „Henne und Hahn“, jährlich min. 100 t Abnahme
- Alternativen zu Kunststofffolien
- Jährliche Reduzierung des zur Verpackung eingesetzten Kunststoffs
- Austausch der Kunststoff-Trays für Sahnetorten
- Wiederverwertung der beim Erdbeeranbau in Marokko eingesetzten Folien
- Weiterentwicklung „From Farm to Fork“
- Ausbau der Partnerschaft mit MesseM
- Vermeidung von Verpackungen und Verpackungsmüll

3.4. Gesundheit und Ernährung

3.4.1. Leitbild & Ziele

Unser Leitbild:

Wir möchten Trends und Erkenntnisse zu Gesundheit und Ernährung aufgreifen sowie Lösungen entwickeln, die den Anforderungen der vielfältigen Arbeits- und Lebenswirklichkeit der Kunden und Verbraucher Rechnung tragen.

Unsere übergeordneten Ziele:

- Zeitgemäße, ernährungsbewusste Produkte entwickeln, die eine optimale Balance zwischen Genuss und bewusster Ernährung bieten
- Bestehende Produkte und Rezepturen hinsichtlich ihrer Nährwerte und Inhaltsstoffe weiterentwickeln
- Hilfestellungen bieten für den Einsatz und die Vermarktung von Kuchen & Torten im Kontext bewusster Ernährung

3.4.2. Projekte

Folgende Themen und Projekte werden vom Team „Gesundheit und Ernährung“ bearbeitet:

- Kontinuierliche Zuckerreduktion
- Kuchengenuss für Heranwachsende
- Natürliche Rohstoffe / Fruchtpüree
- Clean Label / Weiterentwicklung unserer Zutatengarantie

3.5. Mitarbeiter und Soziales

3.5.1. Leitbild & Ziele

Unser Leitbild:

Wir wollen eine positive Verbindung herstellen zwischen erlenbacher und unseren aktuellen und zukünftigen Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden sowie dem Standort Groß-Gerau.

Unsere übergeordneten Ziele:

- Einen positiven Beitrag zur Zufriedenheit, Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter leisten
- Beziehungen zu unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette stärken (über das Geschäftliche hinaus)
- Aktiv und partnerschaftlich am Gemeindeleben im Großraum Groß-Gerau teilnehmen

3.5.2. Projekte

Folgende Themen und Projekte werden vom Team „Mitarbeiter & Soziales“ bearbeitet:

- Förderung der Nutzung von e-Bikes
- Mobilitäts-Zertifikat / Öffentlicher Nahverkehr
- Nachhaltigkeits-Workshop für die Azubis

- Fahrsicherheitstrainings
- Förderung der Mitarbeitergesundheit durch Sport
- Hilfsprojekte für Familien von Farmern in Entwicklungsländern
- Gesundheitsbewusstes Speisenangebot in der Kantine
- Sportliches Event in 2020

4. Kommunikation

4.1. Interne Kommunikation – Sensibilisierung der Mitarbeiter

Um das Thema Nachhaltigkeit im Arbeitsalltag und im Bewusstsein aller Mitarbeiter zu verankern, muss es kommuniziert werden. Es ist uns sehr wichtig, dass unsere Mitarbeiter verstehen, dass nachhaltiges Handeln zur Zukunftssicherung beiträgt – eines unserer höchsten Unternehmensziele. Denn nur wenn wir die Verantwortung für das übernehmen, was wir permanent tun und produzieren, und gleichzeitig nach der fortwährenden Verbesserung aller Prozesse und Produkte streben, können wir nachhaltig wirtschaften.

Einmal im Monat findet ein allgemeines Informationsmeeting für leitende Angestellte aus allen Unternehmensbereichen statt. Dabei wird aus aktuellen Nachhaltigkeitsprojekten berichtet und besondere Maßnahmen vorgestellt. Die Teilnehmer sind angehalten, diese Informationen in ihren Abteilungsmeetings entsprechend weiterzugeben.

Die wichtigsten Aktivitäten werden als Aushänge in Schaukästen sowohl in der Produktion als auch in der Verwaltung kommuniziert und im Infopool digital zur Verfügung gestellt. Im Rahmen der vierteljährlichen Mitarbeiterzeitschrift „Froneri News“ wird regelmäßig über Erfolge unserer Nachhaltigkeitsarbeit berichtet.

Für 2019 ist die Einrichtung eines internen Newsletters zum Thema Nachhaltigkeit geplant. Zudem soll über die wichtigsten Themen als Bildschirm-Pop-up am Arbeitsplatz informiert werden. Um auch unsere Mitarbeiter ohne

Bildschirmarbeitsplatz mit weitergehenden Informationen zu erreichen, wird die Anschaffung und Aufstellung von Prospektständern für gedruckte Informationen geprüft. Darüber hinaus sollen bereits vorhandene Bildschirme in der Kantine reaktiviert und für die Kommunikation zentraler Nachhaltigkeitsthemen genutzt werden.

4.2. Externe Kommunikation – Transparenz und klare Standpunkte

Nachhaltigkeit ist bei erlenbacher gelebte Unternehmenskultur und soll als solches auch nach außen getragen werden. Unsere Nachhaltigkeitsziele veröffentlichen wir in unserem jährlichen Katalog, der „Backzeit“, und präsentieren sie transparent auf unserer Homepage. Ein Überblick über unsere wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen ist fester Bestandteil jeder Unternehmenspräsentation.

Jeder Interessierte kann sich über unsere Website www.erlenbacher.de ausführlich zum Thema Nachhaltigkeit bei erlenbacher informieren. Neben den Zielen findet man dort auch klare Positionspapiere zu wichtigen Nachhaltigkeitsthemen. Auch in den sozialen Medien und in Presseberichten gehen wir auf das Thema Nachhaltigkeit ein. Dabei achten wir bewusst darauf, transparent zu informieren, ohne dabei zu werblich oder verkäuferisch in unseren Botschaften zu werden.

Für 2019 planen wir, relevante Nachhaltigkeitsthemen in unsere B2B-Newsletter zu integrieren. Darüber hinaus sollen Unternehmens-Accounts bei Xing und LinkedIn eingerichtet werden. Diese werden wir ebenfalls zur Information über gelebte Nachhaltigkeit bei erlenbacher nutzen.

Wir sind überzeugt, dass Nachhaltigkeit das Fundament für den langfristigen Erfolg von erlenbacher ist. Diese Überzeugung wollen wir nach außen tragen und so unsere Kunden, Lieferanten und sonstigen Stakeholder auf diesem Weg mitnehmen.