

Nutrition Health and Wellness (NHW)

erlenbacher backwaren beschäftigt sich schon seit 2008 gezielt mit dem Thema Nachhaltigkeit und dem Nutrition Health and Wellness Aspekt in Bezug auf unsere Produkte und Mitarbeiter. Dabei versuchen wir sowohl in unserer strategischen Ausrichtung als auch im alltäglichen Handeln und in unseren Produkten so weit wie möglich verantwortungsbewusst mit Menschen, Tieren, Umwelt und Ressourcen umzugehen. Wir sind uns der sozialen Verantwortung, als weltweit agierendes Unternehmen und als Teil von Nestlé, gegenüber den Verbrauchern, unseren Mitarbeitern, unseren Kunden und dem Nestlé Mutterkonzern bewusst.

Aus unserer Sicht handelt es sich dabei um einen kontinuierlichen Lernprozess, der nie wirklich zu Ende gebracht werden kann. Wir lernen gerne dazu und nehmen Anregungen gerne an .

Wir begrüßen es ausdrücklich, dass unsere Geschäftspartner ebenfalls dieser Philosophie folgen, sich Ihrer sozialen Verantwortung bewusst sind und diese Ziele ebenfalls verfolgen, unterstützen und einfordern.

Wir beziehen alle unsere Rohstoffe und Packmittel ausschließlich von Lieferanten, die im Vorfeld von uns auditiert und freigegeben wurden.

Alle Produkte, die mit unserer Marke **erlenbacher backwaren** in den Verkehr gebracht werden, zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

Bereits seit 2008

- setzen wir nur **natürliche Aromen** ein. Soweit es möglich ist, verzichten wir auf den Einsatz von Aromen und vertrauen dem natürlichen Geschmack der eingesetzten Rohstoffe
- **verzichten** wir komplett auf zugesetzte **Konservierungsstoffe**
- setzen wir **keine gehärteten Fette/Öle** (TFS Anteil <1%) in unseren Produkten ein
- verwenden wir nur **natürliche Farbstoffe**.
Ab **2014 verzichten** wir auf **deklarationspflichtige Farbstoffe**, und setzen nur noch **färbende Lebensmittel** ein.

Nutritional Foundation Check (NF)

- Alle unsere Produkte unterliegen dem sogenannten Nutritional Foundation Check (NF). In einem regelmäßigen Tracking werden die Produkte auf alle sensitiven Nährwerte, die man in der täglichen Zufuhr beschränken sollte, wie Kalorien, zugesetzte Zucker, Fructose, Fett, gesättigte Fettsäuren, Transfettsäuren und Natrium analysiert (bezogen auf die Portionsgröße).
- Wir werden zukünftig Empfehlungen aussprechen, um die Portionen dem Kalorienbedarf anzupassen bzw. die Erkenntnisse aus dem NF-Check bei Produktneueinführungen mit berücksichtigen.

Ernährungs-Hotline – wir klären auf

- Seit 2006 steht in Zusammenarbeit mit Nestlé Deutschland unseren Kunden, Verwendern und Konsumenten (in Deutschland) eine Ernährungs-Hotline zur Verfügung, die alle Fragen rund um das Produkt und NHW kompetent beantworten kann.

Kinderprodukte

- Produkte, die speziell für die Zielgruppe „Kinder“ entwickelt werden, entsprechen in dem Bereich sensitive Nährwerte den Vorgaben des Nutritional Foundation Check (NF).

Mitarbeiter

- Durch regelmäßige Ernährungsschulungen (Corporate NQ foundation training) werden unsere Mitarbeiter an das Thema bewusste Ernährung herangeführt.

60/40 Vergleichstest

- ausgesuchte TOP Seller aus dem erlenbacher Sortiment werden regelmäßig, in unabhängigen Vergleichsverkostungen, bei unseren Endverwendern getestet. Hier stehen die Parameter Optik, Geschmack, Konsistenz und Geruch im Vordergrund. Hierbei müssen sich mehrheitlich, d.h. mehr als 60% der Tester, für das erlenbacher Produkt entscheiden.

Ziele

Die ansteigende Zahl von Herz-Kreislauf-Erkrankungen (Angabe der WHO) macht es erforderlich, insbesondere die sensitiven Nährstoffe wie **„Salz“**, **„Zucker“** und **„Gesättigte Fettsäuren“** zu betrachten. erlenbacher Kuchen, Torten und Desserts sind Genuss-Produkte, bei denen Zucker und Fette einen Beitrag zum Geschmack leisten. Wir nehmen uns dieser Herausforderung an und haben uns folgende **Ziele bis 2016** gesetzt:

Zucker

- Bei Produktneuentwicklungen soll der Zuckergehalt der Produkte soweit **reduziert** werden, ohne dass der Geschmack beeinträchtigt wird bzw. die Rezeptur technologisch zu verarbeiten ist
- Bei den meisten Artikeln wird der zugesetzte Zuckeranteil in 2016 reduziert.

Fett

- Bei Produktneuentwicklungen soll der Fettgehalt der Produkte soweit **reduziert** werden, ohne dass der Geschmack beeinträchtigt wird bzw. die Rezeptur technologisch zu verarbeiten ist. Der Anteil an gesättigten Fetten wird in den verwendeten Fetten um mehr als 10% bis Ende 2016 reduziert.

Clean Label

- Wir entwickeln Produkte, die zu **100% ohne Zusatzstoffe** sind (Ausnahme: Backpulver)

Deklarationsfreie Artikel

- Alle* unsere erlenbacher Produkte sind beim losen Verkauf **ohne Deklarationspflicht**

Als langjähriges Partnerunternehmen der ZNU (Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke) sind wir zum Thema Nachhaltigkeit im ständigen Austausch mit der Wissenschaft einerseits und anderen Produzenten der Lebensmittelbranche andererseits. Zur Sicherstellung und Dokumentation unseres dauerhaften Lernprozesses sind wir im Dezember 2015 nach dem Standard „Nachhaltiger Wirtschaften“ zertifiziert worden.

Mit freundlichen Grüßen
erlenbacher backwaren GmbH

Bernhard Neumeister
Geschäftsführer

i.V. Gerd Heuel
Leitung Produktentwicklung

i.V. Babette Schmidt
Head of Marketing

* Zwei Artikel befinden sich noch in der Umstellungsphase.