

*Nachhaltigkeit bei erlenbacher -
greifbar, umfassend und lebendig*
2016



Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung.....	3
2.	Nachhaltigkeit – ein wichtiges Thema.....	3 - 6
3.	Ausgewogene Ernährung	7 - 8
4.	Umwelt – Verantwortung für die Natur.....	8 - 11
5.	Einkauf	11 - 14
6.	Gesellschaft – Verantwortung für die Menschen	14 - 19
7.	Produkte und ihre Sicherheit	19 - 23

Nachhaltigkeit bei erlenbacher – greifbar, umfassend und lebendig

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, Sahnnetorten oder Sahneschnitten bis zum Dessert: Ob im Ganzen 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.

Nachhaltigkeit – ein wichtiges Thema

„Wir wollen unseren Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden mit Offenheit, Ehrlichkeit und Leidenschaft für das Produkt begegnen“, sagt Bernd Neumeister, Geschäftsführer von erlenbacher backwaren. „Denn nur wenn wir die Verantwortung übernehmen für das, was wir permanent tun und produzieren, und gleichzeitig nach der fortwährenden Verbesserung aller Prozesse und Produkte streben, können wir nachhaltig wirtschaften“, so seine Überzeugung.

Nachhaltigkeit als Mittel zur Zukunftssicherung

Mit nachhaltigem Handeln zur Zukunftssicherung beizutragen gehört deshalb bei erlenbacher backwaren zu einem der höchsten Unternehmensziele.

Nicht nur alle Mitglieder der Geschäftsleitung haben sich dieser Philosophie verpflichtet: Auch jede einzelne Mitarbeiterin und jeder einzelne Mitarbeiter tragen die Verantwortung für Nachhaltigkeit im Hause erlenbacher. Ihre Motivation, ihre Orientierung am Kunden, ihre Innovationskraft und ihr Einsatz können dem Unternehmen echte Wettbewerbsvorteile sichern.

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 FRONERI Mutterkonzern bewusst

Nachhaltigkeit bei erlenbacher: Gelebte Unternehmenskultur und kontinuierlicher Lernprozess quer durch alle Bereiche

erlenbacher verfolgt schon seit vielen Jahren das Ziel, Nachhaltigkeit als breit angelegte Unternehmenskultur und Qualitätsstrategie quer durch alle Unternehmensbereiche und Unternehmensabteilungen zu leben.

Das Unternehmen sieht die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen 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 -projekte sind nicht nur in der Beschaffung, sondern in allen Unternehmensbereichen fester Bestandteil eines eigenen dafür aufgestellten Operational Master Plans (OMP) zu deren effektiver Steuerung.

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.

In regelmäßigen Quartalsgesprächen treffen sich die Leiter der Nachhaltigkeitsteams und die Mitglieder der Geschäftsleitung, um über laufende Nachhaltigkeitsprojekte, neue Ideen und die Umsetzungsmöglichkeiten zu sprechen.

erlenbacher ist stolz darauf, dass es als mittelständiges Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit fest in seiner Unternehmensphilosophie verankern konnte und mit seinen Bestrebungen deutlich weiter ist, als vergleichsweise so mancher Großkonzern.

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. 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, in Form wiederholter Nachhaltigkeitschecks, ist eine kontinuierliche Weiterentwicklung sichergestellt.

Für erlenbacher ist es sehr wichtig, als langjähriges Partnerunternehmen des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke (ZNU) beim Thema Nachhaltigkeit sowohl mit der Wissenschaft als auch mit anderen Produzenten der Lebensmittelbranche im ständigen Austausch zu stehen. Umwelt, Wirtschaft, Soziales – im Dialog mit anderen entstehen auf diesen Gebieten viele Anregungen und Denkanstöße zur Förderung der Nachhaltigkeit in jedem Bereich.

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.

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 hohen Stellenwert: Zum Zweck der Definition konkreter Nachhaltigkeitsziele, aber auch deren aktiver Umsetzung innerhalb festgelegter Zeiträume, wurden vier Mitarbeiter beim ZNU zu Nachhaltigkeitsmanagern ausgebildet (**siehe auch Kapitel C: Gesellschaft – Verantwortung für die Menschen**).

Im Jahr 2012 schulte man dort auch alle 25 erlenbacher Azubis in einem zweitägigen Seminar zu Nachhaltigkeitsbotschaftern, um die nötige Basis an Wissen zum Thema Nachhaltigkeit 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.

Auch 2016 fand wieder ein Workshop zum Thema Nachhaltigkeit statt: Allen neuen Azubis wurden die bereits umgesetzten sowie in der Planungs- oder Umsetzungsphase befindlichen Nachhaltigkeitsthemen und -projekte vorgestellt.

Zudem wurden die drei derzeit bestehenden Nachhaltigkeitsteams personell neu zusammengesetzt. Nicht nur die neuen Azubis können sich in diesen Teams engagieren, sondern alle am Thema Nachhaltigkeit interessierten Mitarbeiter:

- Interne Kommunikation
- Energie und Umwelt
- Soziales

Denn bei erlenbacher gilt das Thema Nachhaltigkeit als kontinuierliche Projektarbeit: Die Azubi-Nachhaltigkeitsbotschafter als jüngste Mitarbeiter des Unternehmens erarbeiten gemeinsam in diesen 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. 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.

A. 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. Aufgrund zahlreicher Kunden- und Konsumenten-Feedbacks hat die erlenbacher Produktentwicklung in 2016 gemeinsam mit dem Deklarationswesen die Rührteige überarbeitet. Dabei ist es gelungen, ohne Geschmacks- und Qualitätsverlust – wie die Tests mit Endverbrauchern zeigen – die „Süße“ zu verringern (rund 10 % weniger Zuckerzugabe), zudem wurde ein großer Teil der gesättigten Fettsäuren (SFA) gegen mehrfach ungesättigte Fettsäuren in Form von Rapsöl ausgetauscht.

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 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. Wenn überhaupt noch Aromen zum Einsatz kommen, dann nur natürliche. 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 verwendeten Fetten bei weniger als einem Prozent.

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.

B. 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, 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 sind die Produktzusammensetzung, 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.

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 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 Vorjahresvergleich mehr Energie und Ressourcen einzusparen.

Dank seiner effektiven Nachhaltigkeitspolitik konnte erlenbacher den spezifischen Wasser- und Energieverbrauch bei der Herstellung der Produkte 2016 über das

gesteckte Ziel hinaus senken. So verringerte sich beispielsweise der Stromverbrauch in 2016 im Vergleich zum Vorjahr um 5,7 %. Ab 2017 wird bei erlenbacher über entsprechende Zertifikate zudem 100 % Ökostrom gemäß „Renewable Plus“-Standard eingesetzt. Besonders hoch lagen die Einsparungen auch beim Trinkwasserverbrauch (- 16,2 %). Auch bei Gas- (- 9,8 %) und Kältelieferung (- 10,6 %) 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 Schneidetechnologie. 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 CO₂-Fußabdruck

Als eines der ersten Unternehmen der Backwarenindustrie hat die erlenbacher backwaren GmbH einen „CO₂-Fußabdruck“ für tiefgekühlte Kuchen und Sahneschnitten erstellt. Der sogenannte CO₂-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 CO₂-Fußabdruck erstellen lassen: für die Premium-Apfeltorte sowie die Erdbeer-Buttermilch-Schnitte. Berücksichtigt werden in dieser Berechnung die CO₂-Emissionen bedingt durch den Anbau, die Verarbeitung und den Transport der Rohstoffe, durch das Produzieren inklusive Frosten, darüber hinaus der CO₂-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.

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 CO₂ mit 790 Tonnen jährlich um 25 Prozent. Zusätzlich ließen sich durch die Umstellung von einem

Niedertemperaturkessel auf einen Brennwertkessel 340.000 kWh Erdgas und 34 Tonnen CO₂ einsparen. Die Brennerregelung für die Gebäudeheizung im Zusammenwirken mit der Wärmerückgewinnung erfolgte so punktgenau, dass der Niedertemperaturkessel kaum noch zugeschaltet werden muss.

Ressourcenschonung durch Einsparen von Frischwasser

Die Reinigung industrieller Anlagen für die Lebensmittelproduktion erfolgt durch eine so genannte CIP-Reinigung (CIP = Cleaning in Place). Die Reinigungsprogramme wurden Ende 2015 weiter optimiert. Dadurch konnten in 2016 im Vergleich zum Vorjahr rund 3400 m³ Frischwasser weniger verbraucht werden.

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. 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 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. 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 CO₂-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.

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 Verbräuche zu visualisieren, zu kontrollieren, Probleme schnell zu erkennen und bei Bedarf die Betriebsweise zu optimieren. So wurde beispielsweise festgestellt, dass bei der Wasseraufbereitung für den Dampfkessel Verbesserungsbedarf besteht – die in diesem Zusammenhang in 2016 umgesetzten Maßnahmen führten zu einer Wassereinsparung von rund 700 m³. Auch Bedienfehler (z.B. Wasserüberdosierung) lassen sich durch die Messungen schnell aufdecken.

ETS – Energie Target Setting Projekt

2015 wurde gemeinsam mit den erlenbacher Lieferanten und Fachleuten aus der Techniksparte bei erlenbacher diverse Prozesse daraufhin beleuchtet und analysiert, wie man diese effizienter gestalten kann.

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 CO₂-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 700 m³ pro Jahr.
- Mit dem Umbau der Leitfähigkeitsmessung am Dampfkessel konnte eine Einsparung von 420 MWh Erdgas und einer Wasserersparnis von 4.300 m³ jährlich erreicht werden.
- Zusätzlich wird der Dampfdruck am Dampfkessel schrittweise reduziert und noch fehlende Stellen an den Dampfleitungen wurden isoliert.
- Beim neu isolierten Backofen der Bodenlinie betragen die Einsparungen rund 110.000 kWh pro Jahr.
- Durch die Vorerwärmung des Wassers für die Durchlaufwaschmaschinen der Produktion über die Wärmerückgewinnung aus dem Rauchgas der Backöfen konnte der Dampfverbrauch erheblich gesenkt werden.
- Der Austausch des Rolltors am TK-Shop und im Kühllager gegen ein Schiebetor trägt zur spürbaren Verringerung von Kälteverlusten bei.

Umweltverantwortung in allen Bereichen

Die Ideen zu nachhaltigeren Lösungen und Verhaltensweisen gehen bei erlenbacher 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 Bewegungsmelder an den Lichtschaltern sowie energiesparende LED Beleuchtungsmittel in den Fluren der Verwaltung sowie in den sanitären Einrichtungen.

Einkauf

Grundsätzlich müssen alle erlenbacher Lieferanten vor einer Belieferung nach Nestlé Food Safety Management Standard (NFSMS) auditiert werden. 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 Hot Spots rund um die Rohstoffe frühzeitig erkannt und bearbeitet werden können.

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 Hennenhaltungssystemen 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 befolgt sie.

Erlenbacher hat sich in diesem Zusammenhang auch des Themas Tierwohl angenommen (siehe auch **Kapitel D - Produkte und ihre Sicherheit**).

Als erstes Unternehmen der Lebensmittelindustrie hat erlenbacher backwaren ein Pilotprojekt gemeinsam mit den Eiproduzenten und Hühnerfarmen gestartet. Die Aufzucht der männlichen Küken wird unterstützt. Diese für die Betriebe zunächst unwirtschaftliche Aufzucht ist nur möglich, weil erlenbacher backwaren höhere Einkaufspreise toleriert.

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.). Der Anteil der UTZ-zertifizierten Produkte an der eingekauften Menge beträgt inzwischen 100 %.

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.

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.

2015 wurde erlenbacher RSPO zertifiziert: Das verwendete Palmöl stammt zu 100 % aus nachhaltigem Anbau. Für das reine Palmöl wird zu 98 % die RSPO-Variante „Segregated“ eingesetzt (zertifiziertes Palmöl wird hier von nicht zertifiziertem über die gesamte Lieferkette hinweg getrennt gehalten).

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. Nach dem Motto „Jedem Kunden seine eigene Geschmacksrichtung an Käsekuchen“ werden zum Beispiel für schätzungsweise 40 verschiedene Käsemassenzubereitungen die unterschiedlichsten Molkereiprodukte eingesetzt, vom Frischkäse der Doppelrahmstufe 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. Der Einkauf der Nüsse soll ebenfalls immer nachhaltiger werden: Nur noch UTZ-zertifizierte Haselnüsse werden eingesetzt.

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. Einspart 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 des Messebaus gefertigt.

C. 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. Damit einher geht die Einbindung der Mitarbeiter in unternehmerische Prozesse, die berufliche Weiterbildung sowie die Sicherheit der Arbeitsplätze. erlenbacher will auf die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter eingehen und tut das Bestmögliche, um ein angenehmes Arbeitsklima zu gewährleisten. Alle erlenbacher Mitarbeiter werden zudem dazu ermutigt, sich aktiv für die Allgemeinheit zu engagieren:

Projekte in 2016:

- Sozialprojekt „Boxing Day“ mit Paketspenden für das Projekt Kinderzukunft in Bosnien und Rumänien. Ergänzend wurden im erlenbacher Shop Spendendosen aufgestellt.
- Informationstag an Schulen und bei Ausbildungsmessen.

Nachhaltigkeitstag 2016

2016 führten die erlenbacher Nachhaltigkeitsbotschafter zum zweiten Mal einen Nachhaltigkeitstag für alle Mitarbeiter durch. Dabei ging es nicht nur um das Thema nachhaltiges Handeln bei erlenbacher, sondern auch zuhause.

Die Themen und Vorschläge des Nachhaltigkeitstags 2016:

- Do-it-yourself Alternativen: Wie kann man sein privates Umfeld nachhaltiger gestalten
- Mülltrennung
- Energie sparen
- Zuhause nachhaltig wirtschaften und wiederverwerten
- Informationen zur Knochenmarksspende (DKMS)
- Informationen zur Organspende
- Informationen zur Blutspende
- Vorschlag: Kooperation mit einem Imker (Aufstellen von Bienenkästen)
- Vorschlag: Aufstellen eines Weihnachtsbaums und „Weihnachtswichteln“ für alle Mitarbeiter
- Vorschlag: Ein bereichsübergreifendes After-Work Get-Together, für Verwaltung, Produktion und Lager

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 (Gripeschutz)
- 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 seit Jahren darauf geachtet, dass alle Mitarbeiter täglich ausreichend Flüssigkeit zu sich nehmen. Um dies zu erleichtern, hat erlenbacher an 22 Stellen im gesamten Unternehmen Wasserspender aufgestellt, an denen sich alle Mitarbeiter kostenlos bedienen können. Die Nachhaltigkeitsbotschafter aus dem Team „Umwelt und Energie“ regten an zu prüfen, ob die Wasserspender mit den Gallonen auf nachhaltigere Weise gegen Wasserzapfstellen mit Filter, aus der öffentlichen Trinkwasserversorgung ausgetauscht werden könnten.

Nach entsprechenden Wasseranalysen durch die Stadt Groß-Gerau ist nun geplant, nach und nach sämtliche Wasserspender abzuschaffen und an den zur Verfügung stehenden 19 möglichen Wasserstellen im Unternehmen durch gefiltertes Leitungswasser in Trinkwasserqualität zu ersetzen.

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 gehören:

- Massagetage, zu denen sich die Mitarbeiter eintragen können, erlenbacher übernimmt die Hälfte der Kosten.
- Yoga-Kurse (in Planung).
- Kindersportclub für die Kinder der Mitarbeiter, zweiwöchige Holiday Camps mit Sportangeboten und diversen Aktivitäten werden durch das Unternehmen gefördert.
- Mobilitäts-Audit 2016: erlenbacher-Mitarbeiter nehmen an der Veranstaltung „Groß-Gerau läuft“ teil, das Unternehmen übernimmt die Anmeldegebühren.
- „Global Corporate Challenge“ mit GCC Schrittzählern: Teams von erlenbacher sind vertreten.
- Anschaffung von e-Bikes durch die Mitarbeiter: erlenbacher unterstützt mit einem Zuschuss von 25 % der Anschaffungskosten. Aktuell sind bereits 17 e-Bikes im Einsatz.
- Fitness: Kooperation mit zwei regionalen Fitnessstudios, Organisation von Freizeit-Sportgruppen.
- Informationsveranstaltungen, beispielsweise zum Thema Burn-Out und Depression.
- Informationsveranstaltung zum Abgewöhnen von Rauchen

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.
- Ein Intranet sowie die erlenbacher Facebook Seite werden als Plattform genutzt, unter anderem für Nachhaltigkeitsthemen.
- Wechselnde Pop-ups auf dem Bildschirmschoner informieren die Mitarbeiter noch direkter und noch aktueller zu Nachhaltigkeitsthemen, wie beispielsweise die „Erläuterung von Zertifikaten“, oder „was Nachhaltigkeit bedeutet“, „betriebliches Gesundheitsmanagement“, „wie kann ich mich vor Erkältung im Winter schützen“.
- Zwei Nachhaltigkeitsschaukästen widmen sich ausschließlich dem Thema Nachhaltigkeit und den laufenden Projekten.

Informationsbroschüren

Um alle erlenbacher-Mitarbeiter an den Projekten und Ergebnissen teilhaben zu lassen, was Nachhaltigkeit bei erlenbacher bedeutet und auf welche Weise Nachhaltigkeit vom Unternehmen unterstützt und gefördert wird, erstellen die Nachhaltigkeitsteams unter dem Titel „erlenbacher Mitarbeiterinfo - wir über uns“ eine Informationsbroschüren zu einzelnen Themen. Seit 2012 sind folgende Broschüren erschienen:

- 1) Nachhaltigkeit bei erlenbacher - was bedeutet das?
- 2) Soziale Nachhaltigkeit – Gesundheit und Bildung
- 3) Ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit – Rohstoffe
- 4) Qualität und Produktsicherheit
- 5) Qualität bedeutet mehr – Q4 was steht dahinter
- 6) Q4 – Produktsicherheit / sichere Produkte
- 7) Arbeitssicherheit
- 8) Alles rund um die Ernährung
- 9) Lassen Sie uns über Gemeinschaft reden
- 10) Zertifikate – Genießen mit Sicherheit (in Vorbereitung)

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.

Schon 2012 hat erlenbacher die Idee der Nachhaltigkeitsbotschafter im eigenen Unternehmen initiiert (**vgl. hierzu auch die EINLEITUNG**): Bei den Nachhaltigkeitsbotschaftern 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. 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.

In 2016 organisierten die drei Nachhaltigkeitsteams einen gemeinsamen Fahrradausflug, in dessen Rahmen ein reger Austausch stattfand und auch der operative Maßnahmenplan (OMP) für die laufenden und geplanten Nachhaltigkeitsprojekte besprochen wurde.

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. Eine solche Kultur führt im Idealfall auch auf Dauer zu weniger Störungen und einem ruhigeren, entspannten Arbeiten. Gleichzeitig werden der Teamgedanke und das vernetzte Arbeiten gefördert.

Perspektivsystem Leiharbeit

Arbeit muss sich lohnen. Als industriell fertiger 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 Stammeitarbeitern 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 mündeten 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.

D. 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 Firmenphilosophie, 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. ies

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, die Zusammenarbeit mit den Farmern in aller Welt wurde intensiviert. Das Unternehmen setzt für seine Produkte einen sehr hohen Anteil an frisch geerntetem und unverzüglich angeliefertem Obst ein: beispielsweise einzeln im „Individually Quickly Frozen“ (IQF) Verfahren gefrostete, erntefrische Beerenfrüchte, die zur Weiterverarbeitung nicht erhitzt werden.

Ob Erdbeerbelder in Marokko und Peru, oder Global GAP zertifizierte Himbeerplantagen in Chile: erlenbacher hat eine eigene Stelle für einen Spezialisten für Agraranbau geschaffen, der die Farmen auf ihrem Weg zu einem Farmaudit begleitet. Mit einer derartigen fachlichen Tiefe ist erlenbacher in der gesamten Branche Vorreiter.

Ziel dieser Maßnahme 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 – zu schulen. Das Bewusstsein soll dafür geschaffen werden, dass jeder einzelne auf seinem Posten entlang der gesamten Lieferkette gravierenden Einfluss auf Produktqualität und Lebensmittelsicherheit hat.

Für diese aufwändigen Schulungsmaßnahmen wurden unter anderem Poster, Aufsteller sowie auch eine Schulungsmappe in insgesamt sechs Sprachen erstellt.

Man will u.a. auf den Feldern plakativ informieren können. 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.

From Farm to Fork – auch das Tierwohl ist sehr wichtig

erlenbacher backwaren setzt in seinen Produkten nicht nur pflanzliche, sondern auch tierische Erzeugnisse wie Eier, Milch und Sahne ein. Dabei ist für das Unternehmen auch das Tierwohl von Bedeutung.

Als erstes Unternehmen der Lebensmittelindustrie hat erlenbacher backwaren im Januar 2017 ein Pilotprojekt gemeinsam mit den Eiproduzenten und Hühnerfarmen gestartet. Die Aufzucht der männlichen Küken wird unterstützt. Diese für die Betriebe zunächst unwirtschaftliche Aufzucht ist nur möglich, weil erlenbacher backwaren höhere Einkaufspreise toleriert. Für diese andere Haltungsform ist erlenbacher bereit, einen Aufpreis zu zahlen.

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 Qualitätswesen, 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.

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.

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 gern dazu und nimmt Anregungen gern 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. Unter dem Motto „Tue Gutes und rede darüber – intern sowie extern“ – hat erlenbacher in 2016 zu einer Presse- und Kundenreise nach Marokko eingeladen, in deren Rahmen sich die Teilnehmer vor Ort auf den marokkanischen Feldern von den vielfältigen Maßnahmen überzeugen konnten, mit denen das Unternehmen die Zusammenarbeit mit den Farmern und Erntehelfern intensiviert um eine sehr hohe Qualitätssicherheit zu gewährleisten.

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 - Januar 2017