

11er Nahrungsmittel Apetito Ardo Aviko Bakerman Cookup Solutions
Coppenrath & Wiese Costa Délifrance Deutsche See Edna Erlenbacher
Followfood Gemüse Meyer Greenland Seafood Gut Springenheide
Hamburger Feinfrost Hochländer Wild Iglo Lamb Weston Lantmännen
Unibake Laschinger Lenk Seafood Lero McCain Meisterfrost
Mestemacher Dr. Oetker Plukon Prima Menü Salomon Foodworld
Schneefrost Service-Bund Tillman's Transgourmet Tulip Vande-
moortele Vosso Weinbergmaier Wiesenhof Kühlhaus Düsseldorf
Chemours Kiesling Linde Gas Munters Riba SSI Schäfer Troodon

minus 18

umfrage nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung

tk-report minus 18 fragte die Tiefkühlbranche und ihre Zulieferer nach ihren Nachhaltigkeitszielen, den Gründen dafür und danach, was schon erreicht wurde.

ziele

minus 18 fragte

Ziele: Welche Ziele haben Sie sich in Bezug auf Nachhaltigkeit / Unternehmensverantwortung (Corporate Social Responsibility – CSR) gesteckt; was haben Sie davon bereits erreicht?

gründe

Gründe: Geht es bei Ihren Nachhaltigkeits-Bestrebungen vor allem um das Gemeinwohl oder lassen sich damit auch für das Unternehmen selbst Vorteile erzielen?

produkte

Produkte: Welche Produkte oder Produktgruppen in Ihrem Sortiment passen besonders zur Nachhaltigkeit?



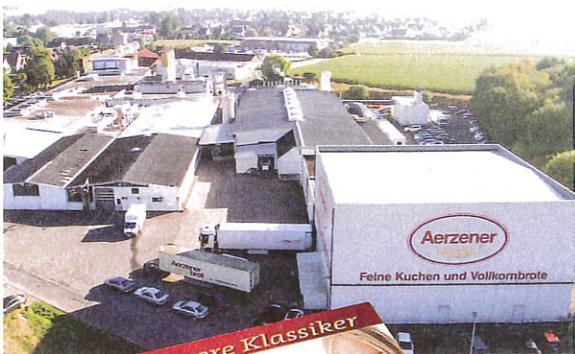
Nachhaltigkeit kommt in der Tiefkühlwirtschaft in Riesenschritten voran, zeigt unsere Umfrage 2016 in der Tiefkühlbranche. Viele der in unserer Nachhaltigkeits-Umfrage 2013 genannten Ziele sind heute bereits erreicht. Neue, noch ehrgeizigere, werden gesteckt – in der Regel so, dass Ökonomie und Ökologie in Einklang stehen. Viele Produkte werden heute deutlich nachhaltiger produziert als vor drei Jahren. Ökologische Fußabdrücke werden jetzt häufiger ermittelt und Zertifizierungen nach ISO-Standards für Umwelt oder Soziales nehmen zu.



Handgezogener Apfelstrudel: Das wohl nachhaltigste Produkt von Meisterfrost.

feranten und sind ihnen stets treu geblieben. Viele Händler in der Region konnten dadurch mit Meisterfrost wachsen und selbst erfolgreich werden. Unser Familienunternehmen ist in jeder Hinsicht bemüht, die Zusammenarbeit mit dem Menschen in den Mittelpunkt zu stellen. Motivierte Mitarbeiter sind das größte Kapital. Sie genießen im Betrieb zahlreiche soziale Leistungen. Das Angebot reicht von der kostenlosen Rechtsberatung und ärztlicher Beratung im Betrieb über Gratis-Massagen und ständige Fortbildungs- und Teambuildingseminare bis hin zu Nichtraucherseminaren, Einkaufsrabatten, internen Festen und Kulturveranstaltungen zur Förderung des Zusammengehörigkeitsgefühls und Betriebsklimas.

Gründe: Grundsätzlich geht es der Firma Meisterfrost um das Gemein-



Mestemacher: Blockheizkraftwerk am Produktionsstandort Aerzen und Bienenstich mit V-Label.

Heide Schützenhofer, Geschäftsführerin

Meisterfrost Tiefkühlkost-erzeugungsgesmbH, Sinnersdorf, Österreich



„Die vier eigenen Photovoltaikanlagen, die größte Anlage in der Region, liefern gemeinsam mit einem eigenen kleinen Wasserkraftwerk rund 300 Kilowatt Leistung, was nahezu den ganzen Energiebedarf der Produktion unserer Tiefkühlartikel deckt.“

wohl. Der Vorteil, den wir daraus ziehen, ist etwa, dass man das Thema Nachhaltig-

Prof. Dr. Ulrike Detmers, Gesellschafterin, Mitglied der zentralen Unternehmensleitung und Sprecherin

Mestemacher-Gruppe, Gütersloh



„Sowohl die Förderung des Gemeinwohls als auch die Gewinnmarge und Arbeitsplatzstabilität sollen als verbundene Effekte erzielt werden. Die Mestemacher-Gruppe wirtschaftet in der Absicht, die Gemeinwohlökonomie voranzubringen.“

tigkeit PR-mäßig gut verarbeiten kann. Immerhin betreffen Themen wie Nachhaltigkeit, Regionalität und Umwelt ja jedermann.

Produkte: Der handgezogene Apfelstrudel ist wohl das nachhaltigste Produkt von Meisterfrost. Die Rohstoffe kommen alle aus der nahen Umgebung, der Teig wird per Hand gezogen. Außerdem bauen wir das vegetarische Sortiment immer weiter aus. Weniger Fleischverarbeitung bedeutet weniger CO₂-Produktion und daher weniger Umweltbelastungen weltweit.

Mestemacher-Gruppe Prof. Dr. Ulrike Detmers

Ziele: Zum einen geht es uns um Emissionen. Durch die Umstellung der kompletten Energieversorgung am Standort Aerzen auf ein hocheffizientes Gasmotoren-Blockheizkraftwerk werden der Umwelt etwa 1.700 Tonnen CO₂ pro Jahr erspart. Die Aerzener Brot und Kuchen GmbH bezieht leitungsgebundenes Erdgas und nimmt keinen LKW-Verkehr mehr für den Transport von Heizöl in Anspruch. Dadurch verringert sich ebenfalls der CO₂ Ausstoß Jahr für Jahr. Zum zweiten geht es um die Implementierung eines Grundgerüsts sozialer Arbeitsstandards in der gesamten Lieferkette. Die Mestemacher Gruppe ist dabei, in Kooperation mit den Inspektoren der Bio-Kontrollstellen in Ländern, in denen Arbeitsschutzbestimmungen, Arbeitsverträge und sonstige Standards fehlen, diese zu implementieren. Die EU-Handelskommissarin und ihre Fachleute müssen hierzu Rahmenverträge abschließen.

Gründe: Sowohl die Förderung des Gemeinwohls als auch die Gewinnmarge und Arbeitsplatzstabilität sollen als verbundene Effekte erzielt werden. Die Mestemacher-Gruppe wirtschaftet in der Absicht, die Gemeinwohlökonomie voranzubringen. Das Wohl von Mensch und Umwelt ist oberstes Ziel unserer Familiengesellschaft.

Produkte: Unsere ökologischen Vollkornbrote, Knäckebröte, Müslis und un-

Christina Marcon,
Betriebsleitung
intern / Nachhaltigkeits-
beauftragte

Meyer Gemüse-
bearbeitung
GmbH,
Twistringen



„Das Gemeinwohl und der ganzheitliche Blick in eine gesunde Zukunft sind bei Nachhaltigkeit sicherlich ein übergeordnetes langfristiges Ziel, aber die ökonomischen Vorteile spielen auch eine wichtige Rolle.“



Meyer: 100 Prozent energieautark – durch Photovoltaikanlagen, Biogas- und Wasseraufbereitungsanlage sowie eine Windkraftanlage.

Dr. Judith
Güthoff,
Compliance
Officer und
Nachhaltigkeits-
beauftragte

Dr. August
Oetker Nah-
rungsmittel KG,
Bielefeld



„Dr. Oetker ist der Überzeugung, dass es gelingen muss, den Nutzen für die Gesellschaft mit dem Nutzen für das Unternehmen zu verbinden, um die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu sichern.“

selbst erzeugten nachhaltigen Strom für die Mobilität der Mitarbeiter zu nutzen.

Gründe: Bei Nachhaltigkeit geht es immer um die „Triple-Bottom-Line“: Ökologie, Ökonomie und Soziales. Das Gemeinwohl und der ganzheitliche Blick in eine gesunde Zukunft sind dabei sicherlich ein übergeordnetes langfristiges Ziel, aber die ökonomischen Vorteile spielen auch eine wichtige Rolle. Ohne einen gewissen wirtschaftlichen Erfolg kann man schließlich keine gemeinnützigen Projekte kreieren.

Produkte: Wir versuchen auch, unser Kerngeschäft immer mehr auf nachhal-

tige Weise zu optimieren, und gehen dabei gleichzeitig mit den Markttrends mit: Bio wird weiter ausgebaut. Auf Regionalität basierte unser Geschäft schon immer. Wir unterstützen hiesige Landwirte durch unsere Erzeugergemeinschaft und sagen auch mal nein zu Auftragsangeboten aus Übersee. Wenn wir von Regionalität sprechen, meint dies das heimische norddeutsche Gemüse, wie Kartoffel, Karotten, Bohnen und Sellerie. Daher kommt unser Unternehmens-Motto „Herkunft verbindet“.



Dr. Oetker Veggie-Pizza: „Im Trend hin zu einer fleischlosen und damit nachhaltigeren Ernährung.“

Dr. Oetker Dr. Judith Güthoff

Ziele: Nachhaltiges Handeln und unternehmerische Verantwortung haben bei Dr. Oetker seit über 125 Jahren Tradition. Aus dieser Überzeugung heraus haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie überarbeitet und noch enger mit der Unternehmensstrategie verzahnt. Dabei haben wir fünf wesentliche Handlungsfelder definiert und rund 20 Ziele abgeleitet, die wir bis 2020 erreichen wollen. Dazu gehören beispielsweise die transparente Kommunikation der Inhaltsstoffe, die Reduzierung von Nachhaltigkeitsrisiken in der Lieferkette, die Steigerung der Energieeffizienz in der Produktion sowie die Entwicklung zukunftsfähiger innovativer Produkte.

Gründe: Dr. Oetker ist der Überzeugung, dass es gelingen muss, den Nutzen für die Gesellschaft mit dem Nutzen für das Unternehmen zu verbinden, um die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu sichern. Denn jede Dimension

sere Tiefkühlkuchen mit V-Label repräsentieren in besonderem Maße Nachhaltigkeit.

Gemüse-Meyer Christina Marcon

Ziele: Als Familienunternehmen ist uns das Thema Nachhaltigkeit sehr wichtig und bedeutet, mit heutigen Ressourcen so zu wirtschaften, dass die Bedürfnisse nachfolgender Generationen nicht gefährdet sind. Die Werte, die wir in unserer Organisation gemeinsam leben, orientieren sich am Prinzip der Nachhaltigkeit, sind in unseren jährlichen Unternehmenszielen verankert und werden unter anderem durch unsere Nachhaltigkeitsbeauftragte an die Mitarbeiter kommuniziert. Nachhaltigkeit ist bei uns in fünf Bereiche eingeteilt: Landwirtschaft/Herkunft, Qualitätsdenken, Umweltschutz, Umgang mit Mitarbeitern und unsere Rolle in der Gesellschaft. Einen großen Stellenwert nimmt der Umweltschutz ein. Wir sind bereits zu 100 Prozent energieautark – durch Photovoltaikanlagen, Biogas- und Wasseraufbereitungsanlage sowie eine Windkraftanlage. Ein Zukunftsprojekt ist Elektromobilität. Hier wäre denkbar,