

03	I	Gute Gründe, über das Bäckerhandwerk
		von morgen nachzudenken

- 06 II Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements
- 10 III Handlungsfelder für Bäckereibetriebe

#### 14 IV Beispiele aus der Unternehmenspraxis

- 14 Spezialitäten-Bäckerei Kienzle GmbH
- 18 MÄRKISCHES LANDBROT GmbH
- 22 Bäckerei-Konditoreiwaren-Café BichlBäck
- 26 Öko-Vollwert-Bäckerei Schwarzmaier
- 30 Bäckerei Raimund Licht
- 34 Ludwig Stocker Hofpfisterei GmbH
- 40 Bäckerei Kanne GmbH & Co. KG
- 44 Effenberger Vollkornbäckerei
- 48 Bäckerei Konditorei Schrade GmbH & Co. KG

#### 52 V Anhang

- 52 Finanzierungshilfen und Förderprogramme
- 52 Weiterführende Links
- 53 Literaturverzeichnis
- Glossar die wichtigsten Begriffe und Abkürzungen

## Wie wird das Bäckerhandwerk der Zukunft aussehen?

#### I Gute Gründe, über das Bäckerhandwerk von morgen nachzudenken

Viele Handwerksbäcker betrachten die Zukunft ihres Berufszweigs mit Sorge. Und es stimmt: Das Bäckerhandwerk in Deutschland hat sich in den letzten Jahren rasant verändert, der ökonomische Druck durch neue Wettbewerber und hohe Rohstoffkosten nimmt zu. Gleichzeitig wird immer häufiger gefordert, nachhaltig zu produzieren. Das Bäckerei- und Konditoreigewerbe hat beispielsweise im Vergleich den höchsten Energiebedarf aller Handwerkszweige. Aber – das Alltagsgeschäft lässt wenig Raum. Wofür sollen Sie denn noch alles Zeit haben?

Für Handwerksbäcker gibt es gute Argumente, die Umweltauswirkungen des Backens im Blick zu behalten. Und auch die sozialen Leistungen eines Betriebes werden in Zeiten wachsenden Fachkräftemangels weiter an Bedeutung gewinnen. Kurzum: Wenn Sie sich fragen, wie wohl das Bäckerhandwerk von morgen aussehen wird und welche Erfolgsfaktoren zukünftig entscheidend sein werden, lohnt es sich, über das Thema Nachhaltigkeit nachzudenken und weiterzulesen.

Das vorliegende Handbuch zeigt Perspektiven für ein nachhaltiges Wirtschaften in Handwerksbäckereien auf, vermittelt praxisnahe Hintergrundinformationen und zeigt an vielen Beispielen, wie Berufskollegen erfolgreich Nachhaltigkeit in ihren Bäckereien umsetzen. Sie werden sehen, dass es für Nachhaltigkeit keine allgemeingültigen Rezepte gibt, sondern dass viele individuelle Schritte dazu beitragen, das Bäckerhandwerk zukunftsfähig aufzustellen – in ökologischer, sozialer und ökonomischer Hinsicht.

Auch wenn in diesem Handbuch viele Bio-Betriebe vorgestellt werden, bedeutet Nachhaltigkeit nicht zwangsläufig eine Umstellung auf eine rein ökologische Herstellungsweise. Viele Bio-Pioniere liefern jedoch wertvolle Erfahrungswerte (z. B. bei der systematischen Energieeinsparung), die auch für den konventionellen Bäcker relevant sind. Die Bäcker, deren Betriebe wir Ihnen vorstellen, sind ganz unterschiedliche Persönlichkeiten. Und auch die Geschäftsmodelle, die sie für ihre Bäckereien gewählt haben, sind verschieden.



#### Langfristig einen wichtigen Platz im Lebensmittelmarkt erhalten

Aber dennoch haben sie etwas gemeinsam: Als Unternehmer haben sie branchenübliche merische Initiative und nachhaltiges Han-Wege hinterfragt und die Verwirklichung ihres Konzepts mit viel Überzeugung, häufig handwerk langfristig einen wichtigen auch gegen Widerstände, umgesetzt.

Die Fallstudien sollen insofern auch Mut machen, sich nicht von dem abstrakten Begriff Nachhaltigkeit abschrecken zu lassen, sondern ganz praktisch die Chancen eines nachhaltigen Wirtschaftens für den eigenen Betrieb zu erschließen.

Die Darstellung der Fallstudien basiert auf ausführlichen persönlichen Interviews mit den Betriebsleitern der vorgestellten Bäckereien. Unser herzlicher Dank geht daher an dieser Stelle an alle Beteiligten für die Bereitschaft, uns Frage und Antwort zu stehen und ihre Erfahrungen in punkto Nachhaltigkeit mit Berufskollegen zu teilen.

Wir sind überzeugt davon, dass unternehdeln dazu beitragen können, dem Bäcker-Platz im Lebensmittelmarkt zu erhalten.

Ein wachsender Teil der Menschen besinnt sich angesichts globaler Finanzkrisen und Börsencrashs auf das Private und lernt die eigene Heimat neu schätzen. Und wer könnte sie besser bei dieser Suche nach einer genussvollen, gesunden und eben nachhaltigen Ernährung begleiten als ihr Bäcker vor Ort!

Viel Spaß beim Lesen und neue Anregungen – vielleicht auch mal guer zu bisherigen Überzeugungen.

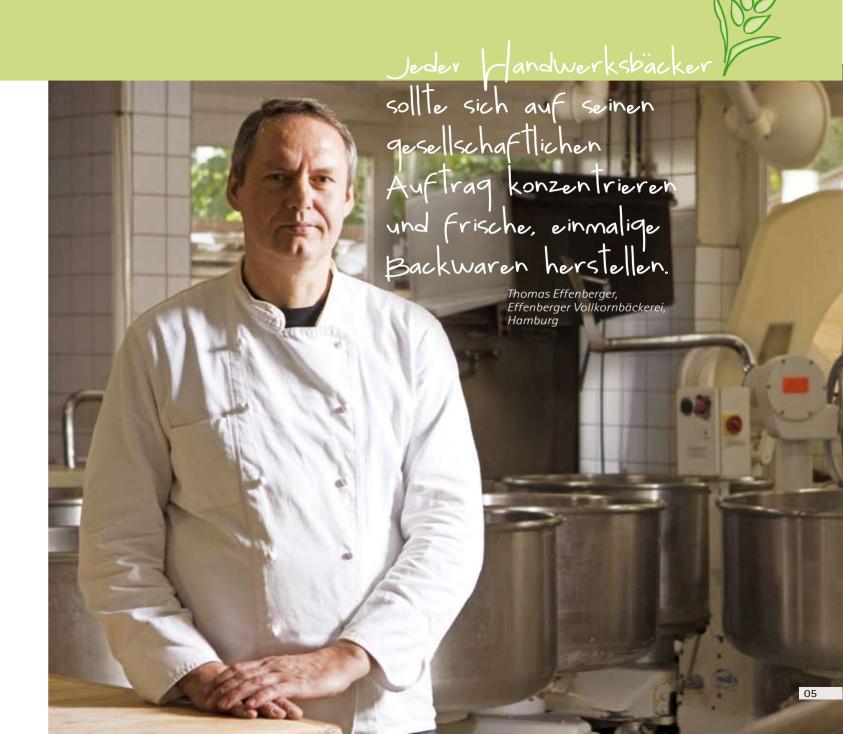
Prof. Dr. Achim Spiller

Lehrstuhl Marketing für Agrarprodukte und Lebensmittel an der Universität Göttingen



Fürth, im Oktober 2011 Dr. Philipp Stradtmann

Prokurist / Geschäftsführung Marketing und Vertrieb, Wolf ButterBack KG





#### II Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements

Das Thema Nachhaltigkeit wird in der Ernährungswirtschaft derzeit viel diskutiert und vor allem in der Industrie vorangetrieben. Aber gerade im Bäckerhandwerk kann die offensive Ausrichtung am Leitbild der nachhaltigen Entwicklung dabei helfen, Wettbewerbsvorteile zu nutzen und auszubauen. Handwerklich produzierende Bäckereien können an ihren traditionellen Stärken wie Nähe, Vielfalt, Qualität und Service ansetzen. Voraussetzung ist jedoch, dass Handwerksbäcker, so wie in unseren Praxisbeispielen, die Herausforderungen aktiv annehmen und sich auch von zwischenzeitlichen Rückschlägen nicht entmutigen lassen.



#### Was bedeutet Nachhaltigkeit? Zum Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung

"Lebe vom Ertrag und nicht von den Ressourcen."

In diesem Sinne bezeichnet Nachhaltigkeit ursprünglich ein Prinzip aus der Forstwirtschaft, nach dem bei der Waldbewirtschaftung nicht mehr Holz aus einem Wald entnommen werden sollte als nachwächst. Das klingt für uns heute in Deutschland, dem Land der Wälder, trivial, aber früher waren ganze Mittelgebirge entwaldet. Im Harz beispielsweise hatte im 16. Jahrhundert der sich entwickelnde Bergbau zu großflächigen Rodungen geführt.

Kernideen des nachhaltigen Wirtschaftens sind deshalb die langfristige Sicherung des Ressourcenbestands und die Verantwortung für Zukünftiges. In den letzten rund 100 Jahren hat die Menschheit bereits gut ein Drittel der weltweiten fossilen Energievorräte verbraucht. So weit sind wir also vom Raubbau vorheriger Zeiten nicht entfernt. Nachhaltiges Unternehmertum meint deshalb eine Wirtschaftsweise, die versucht, die Bedürfnisse der heutigen Generation zu erfüllen, ohne dabei die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden.

Die heutige Begriffsverwendung geht auf den Abschlussbericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, den so genannten Brundtland-Bericht (veröffentlicht 1987), zurück. Das Nachhaltigkeitsprinzip betont die Notwendigkeit, die häufigen Zielkonflikte zwischen Umweltschutz und wirtschaftlicher Entwicklung in Einklang zu bringen. Die UN-Konferenzen von Rio (1992) mit dem Abschlussdokument Agenda 21 und von Johannesburg (2002) mit der Millenniumserklärung haben nachfolgend den Rahmen für die Entwicklung von nationalen Nachhaltigkeitsstrategien abgesteckt und internationale Vereinbarungen auf politischer Ebene angestoßen.

Seit dieser Zeit hat der Begriff stark an Popularität gewonnen. Als Leitbild für betriebliches Handeln verbindet das Konzept nach verbreiteter Auffassung die Betrachtung dreier Komponenten: Es geht darum, ökonomische, ökologische und soziale Entwicklungspfade miteinander in Einklang zu bringen. Die Integration von Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Qualitätssicherung, Innovation und regionaler Kooperation in betriebliche Leistungsprozesse steht gleichberechtigt neben einer stabilen wirtschaftlichen Entwicklung.





#### Nachhaltiges Wirtschaften: mehr als eine abstrakte Worthülse

Nachhaltigkeitsmanagement ist in der Lebensmittelbranche derzeit in aller Munde. Für Handwerksbetriebe klingt der Begriff zunächst abstrakt und praxisfern -"zu theoretisch". Aber im Bäckerhandwerk gibt es viele Möglichkeiten, den Nachhaltigkeitsgedanken aufzugreifen und für die eigene Bäckerei mit Leben zu füllen. Ansatzpunkte zur Umsetzung gibt es auf unterschiedlichen Prozessstufen: im Einkauf, bei Produktion und Sortimentspolitik im Verkauf und bei der Ladengestaltung oder auch bei der Mitarbeiterschulung.

Die vielen Aspekte des Nachhaltigkeitsmanagements erscheinen auf den ersten Blick kompliziert, aber lassen Sie sich davon nicht abschrecken: Nachhaltigkeit in der Praxis ist kein Zustand, den man morgen oder übermorgen erreichen kann, sondern meint eine Vielzahl kleiner Schritte, die für iedes Unternehmen umsetzbar sind. Abbildung 1 (Grafik) gibt einen Eindruck über die Bandbreite konkreter Maßnahmen für Handwerksbäckereien.

Und noch etwas: So wichtig Wettbewerbund Kundenorientierung sind, richten Sie sich auch danach, was Sie können und wofür Sie sich persönlich einsetzen wollen. Nur wenn Sie selbst etwas glaubhaft gegenüber Mitarbeitern und Kunden vertreten, werden Sie kreative Ideen haben und das Projekt "Nachhaltigkeit" zu einem Erfolgsmodell für Ihre Bäckerei entwickeln können.

Damit die Umsetzung in ein tragfähiges Bäckereikonzept gelingt, ist es außerdem wichtig, dass Sie wissen, wo Sie mit Ihrer Bäckerei stehen. Oft verhindert ein fehlender Überblick einen optimalen Betriebsablauf. Die regelmäßige Überprüfung betrieblicher Kennzahlen aus den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales erleichtert Ihnen, die Betriebsentwicklung auch über einen längeren Zeitraum kontinuierlich zu verfolgen und mit den Besten der Branche zu vergleichen (Benchmarking).

#### Chancen nachhaltigen Wirtschaftens im Bäckerhandwerk: Woran macht sich das fest?

Die Fallstudien, die wir Ihnen in diesem Handbuch vorstellen, zeigen sehr deutlich, was auch die Forschung festgestellt hat: Viele Nachhaltigkeitsmaßnahmen schonen den Geldbeutel des Bäckers und stärken die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Betriebs. Manche Investitionen kosten kurzfristig Geld, lohnen sich aber langfristig. Hinzu kommt, dass gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln zu einer höheren Arbeitszufriedenheit für Unternehmer und Arbeitnehmer führt. Es ist schlichtweg ein gutes Gefühl, persönlich zum Erhalt der Lebensgrundlage für künftige Generationen beizutragen. Gerade zu

der durch Familientraditionen geprägten Bäckerbranche passt ein solches Wirtschaftskonzept.

Wie kommt es zu diesen positiven Effekten für Bäckereien? Nachhaltigkeitsmanagement bedeutet, sich mit den bestehenden Betriebsabläufen auseinanderzusetzen. Neben der Optimierung der Arbeitsprozesse schärft der Nachhaltigkeitskurs den Blick für Marktnischen und neue Geschäftsfelder auf dem Absatzmarkt. Bei der Leistungsgestaltung rücken Kundennähe und Regionalbezug stärker in den Vordergrund.

Konkret trägt nachhaltiges Wirtschaften in Handwerksbäckereien dazu bei

- Einsparpotenziale im Bereich der Ressourcen und Energienutzung zu identifizieren und auszunutzen,
- neue Geschäftsfelder zu erschließen.
- innovative Strukturen zu entwickeln und
- verantwortungsvolle und kreative Mitarbeiter zu binden.

Zögern Sie nicht, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit angesichts dieser Argumente auseinanderzusetzen. Schon heute fragen sich immer mehr interessierte Verbraucher, ob das Brot vom Handwerksbäcker nebenan ressourcenschonender, sozialverträglicher und ökonomisch fairer hergestellt worden ist als das vom Discounter. Sie werden dafür sogar mehr bezahlen, wenn sie glaubwürdig und emotional angesprochen werden.

#### Abbildung 1: Handlungsfelder für Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Bäckereihandwerk.



- Bio-Teialinae z. B. durch
- Regionale Lieferanten • Fair-Trade-Produkte
- Faire Erzeugerpreise
- · Auswahl umweltgerechter Hilfs- und Betriebsstoffe (z. B. biologisch abbaubare Reinigungsmittel)
- Gebäudeoptimierung (Energie, Einrichtung, Beleuchtung....)
- Nutzung regenerativer Energien (z. B. Solaranlage)
- Zu Stromanbietern mit Ökostrom wechseln
- Einsatz sparsamer Maschinen und Geräte (z. B. energieeffiziente Backöfen und Kühlgeräte)
- Produktionsprozesse optimieren und Einsparpotenziale nutzen (z. B. Ofenauslastung erhöhen, nicht benötigte Kühlschränke stilllegen, Spülprogramme verkürzen, Abwärme zur Warmwasserbereitung nutzen)
- Nachhaltige Produktgestaltung ohne Transfettsäuren (TFA), gehärtete Fette, Reduktion des Zuckeranteils, Allergikerprodukte, . . .

- des Fuhrparks
- Routenplanung. Vermeidung unnötiger Fahrten
- (Energie, Einrichtung, Beleuchtung, . . .)
- Schulung des Verkaufspersonals bzgl. Nachhaltiakeit
  - Nachhaltigkeitsvorteile kommunizieren
  - Verderb reduzieren (bessere Disposition, Abgabe an Tafeln)
  - Verpackungsoptimierung
  - Preisdifferenzierung zugunsten sozial Schwächerer (z. B. Brot vom Vortag)

- familienfreundliche Beschäftigungsmodelle
- sichere Beschäftigungsverhältnisse, Schaffung neuer Arbeitsplätze, Arbeits- und Gesundheitsschutz
- bürgerschaftliches Engagement (Corporate Citizenship)
- Kultur-, Sozio- und Umweltsponsoring

Quelle: eigene Darstellung

# Verantwortung übernehmen Für Produkte und Dienstleistungen.



### III Handlungsfelder für Bäckereibetriebe

In Handwerksbetrieben bindet das Alltagsgeschäft häufig viele Kräfte, so dass kaum Zeit für "etwas aus der Reihe" bleibt. Im folgenden Kapitel stellen wir Ihnen wichtige Ihren Kunden bei deren Gesundheitspro-Ansatzpunkte in den Handlungsfeldern Ökonomie, Ökologie und Soziales im Kurzüberblick vor. Im Anhang dieses Handbuchs finden Sie vertiefende Literaturhinweise und Links auf praxisnahe Arbeitshilfen im Internet, mit denen Sie das Thema für Ihren Betrieb weiter vorantreiben können.

#### 1. Handlungsfeld Ökonomie

#### Verantwortung für Produkte und Dienstleistungen

Für die Zukunftsfähigkeit einer Handwerksbäckerei sind die langfristige Wirtschaftlichkeit des Betriebes und die Sicherung der Betriebssubstanz zentrale Ziele. Nachhaltigkeitsorientierte Konzepte betonen aber auch die Verantwortung für Produkte und Dienstleistungen. Es geht darum, ein Angebot zu schaffen, das sich am gesellschaftlichen Nutzen orientiert und die Anforderungen gesellschaftlicher Gruppen aufgreift. Wichtige Themen aus Verbrauchersicht sind derzeit im Lebensmittelmarkt bei der konkreten Ausgestaltung. Gesundheit, Regionalität, Bio, fairer Handel und ausgewogene Ernährung. Am Beispiel Gesundheit bedeutet das folgendes: Menschen essen immer häufiger zwischendurch und viele dieser Kunden haben Gewichtsprobleme. Produktverant-

wortung meint, Lösungsbeiträge für die gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit zu entwickeln. Versuchen Sie. blemen zu helfen? Bieten Sie gesunde Snacks an?

Um passende Angebote für Ihre Bäckerei zu entwickeln, sollten Sie Kundenbedürfnisse und Verbrauchertrends möglichst systematisch im Blick behalten (z. B. durch Marktanalysen oder Kundenbefragungen) und auch die spezifischen Besonderheiten der Region, in der sie tätig sind, berücksichtigen. Ein nachhaltiges Bäckereiangebot kann unterschiedlich ausgestaltet werden: Ob die Veränderung von Rezepturen zur Erhöhung des Gesundheitswertes (z. B. Produkte ohne Transfettsäuren (TFA) und gehärtete Fette, geringer Zucker- und Salzanteil), der Einsatz von Bio-Rohstoffen, das Angebot von Fair-Trade-Produkten, die Organisation einer gesunden Schulverpflegung oder ein Ladenkonzept, das auf Barrierefreiheit für Menschen mit Benachteiligung (z. B. Behinderte, ältere Menschen) achtet – eine nachhaltige Angebotspolitik lässt Ihnen viele individuelle Freiräume

#### Faires Verhalten gegenüber Kunden und Geschäftspartnern

Insgesamt haben Offenheit, Transparenz und faires Verhalten gegenüber Kunden und Geschäftspartnern einen hohen Stel-

lenwert im Rahmen einer nachhaltigkeitsorientierten Betriebsführung. Die Bereitstellung von Informationen über die Bäckerei und die Unternehmenspolitik sowie die verwendeten Zutaten stärken das Vertrauen in Ihren Betrieb.

Beachten Sie, dass sich die meisten Verbraucher nicht mit den Besonderheiten der Lebensmittelkennzeichnung auskennen. Auch die vielen Aspekte des Begriffs "Nachhaltigkeit" kennen nur wenige. Insofern sollten Sie die spezifischen Vorteile Ihrer Produkte möglichst klar benennen. Verbraucherbefragungen zeigen deutlich, dass die pauschale Auslobung "Nachhaltigkeit" zu abstrakt ist und eher verwirrt. Verzichten Sie daher auf dieses Wort und kommunizieren Sie Ihren Kunden statt dessen deutlich, welche konkreten Leistungen Ihre Bäckerei in punkto Nachhaltigkeit aufweist.

#### Regionalmarketing

Ökonomische Nachhaltigkeit wird oft mit dem Thema Regionalität bzw. dem Aufbau regionaler Wirtschaftsbeziehungen verknüpft, und für viele verarbeitende Unternehmen stellt der Bezug von regionalen Rohwaren einen ersten Schritt in Richtung Nachhaltigkeitsmanagement dar. Durch die Förderung regionaler Betriebe können ländliche Regionen gestärkt und Kulturlandschaften erhalten werden. Eine Zusammenarbeit von Partnern aus der Region erhält Arbeitsplätze und die Wirtschaftskraft vor Ort. Weitere Vorteile werden in der Bewahrung regionaler Spezialitäten und Traditionen gesehen. Profilieren Sie Ihr Unternehmen als Spezialist für kulinarische Besonderheiten in Ihrer Region. Hinzu kommt die Reduktion von Lärm und Abgasen durch kurze Transportwege.

Bei den Verbrauchern sind regional erzeugte Lebensmittel besonders beliebt und der Absatz für Regionalprodukte hat stark zugelegt. Verbraucherbefragungen zeigen, dass 37 % der Bevölkerung regelmäßig und 44 % zumindest gelegentlich Produkte aus der Region kaufen (Nestlé Studie 2011). Der Erfolg ist vor allem auf die hohe Glaubwürdigkeit von Regionalprodukten zurückzuführen. Im Gegensatz zu vielen anderen Produkten aus dem Supermarkt ist die Herkunft bei regionalen Produkten für die Verbraucher transparent und der Erzeuger ist ihnen vielleicht sogar selbst bekannt.

Für das Bäckerhandwerk liegt die Verbindung zum Thema Regionalentwicklung besonders nahe. Als Familienunternehmen sind die Betriebe häufig seit Generationen



mit ihrer Region verwurzelt. Und für viele Verbraucher sind es vor allem Bäckereien. die einen unverzichtbaren Bestandteil der Nahversorgung darstellen. Für eine Handwerksbäckerei liegt es damit nahe, konseguent auf Regionalität zu setzen. Die Zusammenarbeit mit Vertragsbauern und -müllern in Ihrer Gegend ermöglicht es zudem, auf Anbau und Verarbeitung der Rohstoffe Einfluss zu nehmen. Wie weit Sie mit Ihrer Bäckerei regional vernetzt sind, können Sie mit Hilfe einer einfachen Kennzahl im Auge behalten, z. B. dem Anteil regionaler Rohstoffe (max. 50 km Entfernung) am Gesamtbedarf.

#### 2. Handlungsfeld Ökologie

Ziel des betrieblichen Umweltschutzes in Bäckereien ist es. die Inanspruchnahme von Boden, Wasser und Luft zu begrenzen. Einsparungen beim Ressourcen- und Energieverbrauch führen häufig zu Kostensenkungen. Gerade in der energieintensiven Bäckerbranche lohnt es sich, aktive, vorsorgende Umweltschutzmaßnahmen zu ergreifen, die über die Umweltgesetzgebung auf EU-, Bund-, Länder- und Gemeindeebene (z. B. bzgl. Luftreinhaltung, Immissionsschutz. Abfall- und Kreislaufwirtschaft, Stoff- und Energieeinsatz) hinausgehen.

Optimierungspotenziale ergeben sich vielfach aus den technischen Prozessen in der Produktion. Aber auch bei der Auswahl von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen, der Produkt- und Sortimentsgestaltung sowie im Verkauf (Ladengeschäft, mobiler Verkauf) kann man als Bäcker viel zur Schonung der Umwelt beitragen. Zusätzlich bringt konsequent umweltverträgliches Handeln einen Imagegewinn und damit einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Konkurrenten.

Um die Umweltauswirkungen von Produkten zu erfassen und zu bewerten hat sich in der Wissenschaft ein Blick auf alle Produktionsstufen von Anfang bis Ende durchgesetzt (Ökobilanz). Im Backwarenbereich gibt es erste Untersuchungen für Brot, die die gesamte Produktionskette eines Brotes einschließlich aller Inhaltsstoffe ins Visier genommen haben: Von der Herstellung von Düngemitteln für die landwirtschaftliche Produktion des Getreides über die Saatgutproduktion, Anbau, Ernte, Lagerung, Trocknung, Transport,



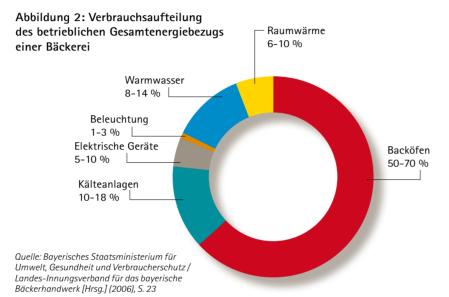


Mahlen, Verarbeiten und Backen bis zum Konsum durch den Verbraucher wurden die ökologischen Belastungen auf den verschiedenen Herstellungsstufen untersucht. Die so ermittelte Kohlendioxid-Belastung pro Backware wird als Product-Carbon-Footprint (PCF) berechnet. Im Ergebnis deutet vieles darauf hin, dass Handwerksbäcker mit Maßnahmen zur Senkung ihres Energieverbrauchs sowie dem Einsatz von Getreide aus biologischem Anbau die Umwelt am stärksten schonen können

#### Energiemanagement

Das Bäckerei- und Konditoreigewerbe hat den höchsten Energiebedarf aller Handwerke. Entsprechend groß sind die Möglichkeiten, den Energieverbrauch zu reduzieren, die Kosten in den Betrieben dauerhaft zu senken und so einen wirksamen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz zu leisten. Hauptverbraucher in einer Bäckerei sind Backöfen, Kälteanlagen und sonstige elektrische Geräte, die mehr als 75 % des energetischen Gesamtaufwands einer Bäckerei verursachen können. In Abbildung 2 ist die typische Verbrauchsaufteilung des betrieblichen Gesamtenergiebezugs dargestellt.

Viele Bäckereien haben noch nicht alle Möglichkeiten ausgeschöpft, den Energieverbrauch zu reduzieren. Erfahrungen aus Praxisprojekten in der Bäckereibranche zeigen, dass durch den sorgfältigen Umgang mit Energie 10 bis 30 % des gesamten Verbrauchs eingespart werden könnten. Erfahrungsgemäß sind Maßnahmen zur Energieeinsparung bei Backöfen, Kälteanlagen und der Warmwasserbereitung besonders ef-



fektiv. Einsparpotenziale lassen sich durch organisatorische (Verhaltensänderungen, wie z. B. spätes Ein- und frühzeitiges Abschalten der Energiezufuhr, Abwärmenutzung) und technische Maßnahmen (z. B. regelmäßige Brennerwartung, getrennte Schwadenführung, Neuanschaffung energiesparender Öfen) realisieren. So können beispielsweise Bäckereibetriebe mit einer verarbeiteten Mehlmenge von 120 t pro Jahr durch technische und organisatorische Maßnahmen allein beim Backen Einsparungen von 4.600 bis zu 12.000 Euro pro Jahr erzielen.

Aber: Nur wenn Sie wissen, wie hoch der Energieverbrauch Ihrer Bäckerei ist, können Sie entscheiden, wo sich Einsparungen lohnen. Wichtig ist daher die angemessene Dokumentation des Verbrauchs. Ermitteln Sie aus den notierten Verbrauchsdaten Kennzahlen (z. B. Stromverbrauch pro Kilo Mehl), die Ihnen innerbetriebliche Vergleiche (auch über verschiedene Zeiträume) oder einen Vergleich mit anderen Bäckereien gleicher Größenordnung ermöglichen. Es gibt z. T. kostenlose Online-Tools, in denen Sie die Daten Ihrer Bäckerei anonym mit Branchenwerten vergleichen können (z. B. die Umwelt-Daten-Analyse buda: www.buda.de). Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter zum Energiesparen, z. B. durch ein attraktives Fest für alle, wenn ein Einsparziel erreicht wurde

## 3. Handlungsfeld Soziale Verant-wortung

Soziale Gerechtigkeit und ein faires Miteinander der Menschen weltweit sind wichtige Ziele im Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung. Sozial verantwortliches Handeln des Unternehmens ist hierfür ein wesentlicher Baustein und bezieht sich auf den Umgang mit den eigenen Mitarbeitern und Geschäftspartnern. Ebenso gehört dazu die Unterstützung eines fairen Handels sowie gesellschaftliches Engagement außerhalb des Betriebs.

#### Fair zu den Mitarbeitern

Soziale Verantwortung bedeutet eine sozialverträgliche Gestaltung des Umgangs mit den eigenen Arbeitnehmern vor Ort.

Auch Handwerksbäckereien können in dieser Hinsicht viel erreichen und ihr Nachhaltigkeitsprofil in sozialer Hinsicht stärken.

Entsprechende Maßnahmen zielen auf:

- eine angemessene Entlohnung,
- die Ausbildung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
- die Etablierung von Weiterbildungsprogrammen,
- die Vereinbarkeit von Familie und Beruf,
- die Erreichung von Chancengleichheit zwischen den Geschlechtern sowie
- eine aktive Integrations- und Behindertenpolitik.

Das freiwillige soziale Engagement von Unternehmen über die gesetzlichen Vorgaben hinaus wird auch Corporate Social Responsibility (CSR) genannt. In der Managementforschung sind zahlreiche Praxisproiekte ausgewertet worden, die belegen, dass sich soziales Engagement von Unternehmen langfristig bezahlt macht und eine Investition in die Produktivität und Zukunftsfähig- Vorjahr. keit von Betrieben darstellt. Auch Handwerksbetriebe stehen schließlich vor der Herausforderung, qualifizierte Arbeitskräfte zu gewinnen und zu halten. Soziale Verantwortung gegenüber Mitarbeitern zu leben, steigert deren Motivation und Bindung an den Betrieb.

#### Soziale Aspekte bei der Lieferantenauswahl

Verantwortungsvolles, unternehmerisches Handeln ist nicht auf die eigene Backstube begrenzt. Eine Bäckerei sollte versuchen, im Rahmen der vorhandenen Möglichkeiten auch bei der Lieferantenauswahl soziale Aspekte zu berücksichtigen. Bei regionalen Lieferanten ist das noch vergleichsweise einfach. Als Handwerksbäcker haben Sie aber nur einen begrenzten Einblick in die Arbeitsbedingungen in Entwicklungs- und Schwellenländern, wo häufig besonders katastrophale Arbeitsbedingungen herrschen. Mit dem Einkauf von Fair-Trade-Produkten (z. B. Kaffee, Schokolade oder Kakao) können Sie aber zumindest indirekt einen Beitrag leisten. Das Fair-Trade-Siegel kennzeichnet auf Basis eines zertifizierten Produktstandards Produkte, die durch fairen Handel die Lebens- und Arbeitsbedingungen benachteiligter Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika verbessern. Auch viele Verbraucher achten zunehmend auf Produkte aus fairem Handel. 2010 kauften die Deutschen Fair-Tradezertifizierte Produkte im Wert von rund 340 Millionen Euro, dies entspricht einer Steigerung von 27 % gegenüber dem Vorjahr

#### Karitatives soziales Engagement

Über ihr Kerngeschäft können sich Handwerksbäcker auf vielfältige Weise karitativ oder bürgerschaftlich, auch Corporate Citizenship genannt, engagieren. Das Handwerk ist traditionell ein wichtiger Teil des gesellschaftlichen Lebens, das seine unternehmerische Verantwortung auf regionaler Ebene häufig durch Geldoder Sachspenden ausdrückt.

Unterstützt werden können z. B. ökologische, soziale, karitative, kulturelle oder bildungspolitische Projekte. Aber auch aktiv kann sich eine Bäckerei einbringen und bürgerschaftliches Engagement demonstrieren. Aktionen zur Verbraucherinformation, wie z. B. Backen in Schulen, Betriebsführungen an einem Tag der offenen Tür oder auch Angebote zur Ernährungsberatung machen zudem das Bäckerhandwerk gesellschaftlich präsent.



#### IV Beispiele aus der Unternehmenspraxis

#### Spezialitäten-Bäckerei Kienzle GmbH

Peter Kienzle Gaußstraße 10 73230 Kirchheim Tel.: 07021 9440-0 info@kirchheim-kienzle.de www.kienzle-kirchheim.de

Firmengründung: 1912

**Gesamtzahl Beschäftigte:** 65 Mitarbeiter. 9 Auszubildende

Management:

Geschäftsführer: Peter Kienzle

Anzahl Filialen: 8

**Produktionsstandort:** 

Kirchheim/Teck, Baden-Württemberg

Absatzgebiet:

7 der 8 Fachgeschäfte befinden sich in Kirchheim/Teck

Spezialitäten:

Urschwäbische Gebäcke wie Flachswickel, Seelen, Mütschele, Dätscher

**Sortiment:** Vollsortiment

#### Die Bäckerei Kienzle zum Thema Nachhaltigkeit

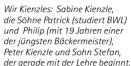
"Umweltschutz kann man in allen Bereichen praktizieren, im Großen wie im Kleinen. Wichtig ist dabei, immer die gesamte Wertschöpfungskette zu betrachten. Man muss genau überlegen, was man tut, denn nicht alles Machbare ist auch sinnvoll. Es muss der Umwelt und den Menschen wirklich nützen und nicht nur danach aussehen."

Peter Kienzle, Geschäftsführer der Spezialitäten-Bäckerei Kienzle GmbH



Echtes Bäckerhandwerk ersetzt bei der Bäckerei Kienzle noch viele Maschinen





Was wir tun

Die Spezialitäten-Bäckerei Kienzle entstand 1912 in Kirchheim/Teck. Das Sortiment der Bäckerei umfasst regionale Backwaren, Feingebäcke, Snacks, Torten, Kuchen und Kaffee.

Die Firmenphilosophie und das Erfolgsrezept der Bäckerei Kienzle beruhen auf der Überzeugung, der ständigen Expansion auf Kosten von zukünftigen Belastungen den Rücken zu kehren. "Für uns schließen sich nachhaltiges Wirtschaften und starke Betriebsexpansion gegenseitig aus. Unsere Firmengröße ist bewusst so gewählt, dass wir die Backwaren rationell und ohne Fertigmischungen herstellen können, aber nicht auf industrielle Arbeitsweisen zurückgreifen müssen", so Bäcker Kienzle.

Die Familien-Bäckerei setzt sich seit Jahren mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander und hat in der Vergangenheit längere Zeit als zertifizierte Demeter-Bäckerei auch Bio-Backwaren angeboten. Mittlerweile hat sie aber einen bewussten Kurswechsel beim Bio-Backen vollzogen. "Unser Unternehmen agiert ähnlich wie ein Bio-Betrieb, aber mit

Wir wollen so auch die Kunden erreichen, die nicht auf "Bio" setzen oder es sich nicht leisten können." Die Bäckerei Kienzle legt Wert auf hochwertige Zutaten und handwerkliche Traditionen. Die Produkte bestehen z. B. aus Vollkornmehl aus der eigenen Naturstein-Mühle und selbst gemahlenem Schrot, 3-Stufen-Natur-Sauerteig und Voll-Meersalz. Eigene Rezepte anstatt industrieller Brotbackmischungen und viel Zeit für die Teige, damit sich die Aromen gut entfalten können, sind weitere Grundsätze der Bäckerei. Das Unternehmen ist geprägt durch flache Hierarchien und einen niedrigen Organisationsgrad. Die Mitarbeiter

konventionellen Zutaten aus der Region.



werden bei vielen Entscheidungen mit

am Unternehmenserfolg.

einbezogen und tragen Mitverantwortung

#### Einsparungen als effiziente Umweltmaßnahme

Umweltschutz und Energiesparmaßnahmen sind seit über 30 Jahren im Fokus der Bäckerei Kienzle. Der verantwortungsvolle Umgang mit allen begrenzten Ressourcen gehört mit zu den zentralen Unternehmensaufgaben. "Wir betrachten ökologisches Handeln jedoch nicht durch eine ideologische Brille", wie Inhaber Kienzle betont. "Selbst Strom aus erneuerbaren Energien ist nicht 100 % umweltverträglich, denn die Erstellung, Wartung und Entsorgung von Windrädern, Speicherseen, Solardächern etc. verbrauchen auch Rohstoffe, Naturräume und Energie." Für das Familienunternehmen Kienzle ist das Einsparen von Energie und Rohstoffen die beste Umweltmaßnahme überhaupt.

Kurze Transportwege von der Backstube zu den Fachgeschäften gehören mit zum Umweltkonzept des Unternehmens. So werden jährlich Tonnen an CO<sub>2</sub>-Abgasen eingespart.

Blick in die Teigmacherei.



## ... nicht alles Machbare



Viele Stammkunden verlangen von der Bäckerei ein sehr breites Sortiment. Die Herstellung der Backwaren erfolgt dennoch in Handarbeit. "Wir hatten früher auch eine Brötchenanlage. Doch manchmal ist es ökonomisch sinnvoller, im besten Sinne handwerklich zu arbeiten. Der Verzicht auf einen großen Maschinenpark spart Strom, Platz und darin gebundene Ressourcen – die Umwelt und der Betrieb gewinnen gleichermaßen", so Bäcker Kienzle. Traditionelle Handarbeit fördert darüber hinaus die Qualität der Backwaren und schafft hochwertige Arbeits- und Ausbildungsplätze.

Das Konzept der Backstube wurde 1987 erarbeitet und wird in ähnlicher Form auch heute noch in modernen, handwerklichen Betrieben eingesetzt. Beim Bau der Backstube wurden in Zusammenarbeit mit den technischen Betriebsberatern des Landesinnungsverbands die Betriebsabläufe konsequent auf traditionelle und trotzdem rationelle Arbeitsweisen optimiert.



Auch arbeitsmedizinische Aspekte, wie z. B. die Luftreinhaltung und Beleuchtung, spielten eine große Rolle.

Große Fensterflächen bringen viel Tageslicht in die Backstube, was den Energieverbrauch senkt und das Wohlbefinden der Mitarbeiter steigert.

Besonders hervorzuheben ist das passive Lüftungskonzept der Backstube. Die Bauform führt durch die natürliche Konvektion verbrauchte Luft zugfrei über Lichtkuppeln direkt nach außen, ohne dass die hygienisch und energetisch problematischen Lüftungsanlagen zum Einsatz kommen müssen. Bei diesem Prozess geht zwar etwas Wärme verloren, doch gibt es hiervon in einer Backstube meist ohnehin zu viel. Die Backöfen werden mit Erdgas betrieben, dem derzeit wohl umweltfreundlichsten Energieträger bis zur Umsetzung neuer Befeuerungsverfahren auf Basis CO<sub>a</sub>-neutraler, erneuerbarer Brennstoffe.

Die Lichtkuppeln in der Backstube schaffen eine freundliche Arbeitsatmosphäre.

## ist auch sinnvoll. Peter Kienzle



#### Was uns noch am Herzen liegt

#### Ökologie

- Herstellung so planen, dass nur wenige Retouren entstehen.
- Aktive Müllsortierung.
- Vermeidung von Wegwerf- und abfallproblematischen Artikeln.
- Energiesparende Lichtkonzepte in den Fachgeschäften.
- Benutzung von Timern, um unnötige Einschaltzeiten zu verhindern.

#### Regionalität

- Bevorzugung regionaler Lieferanten (z. B. lokale Metzger, Bauern u. Händler).
- Zusammenarbeit mit regionalen Mühlen.
- Kienzle ist es wichtig, die Geschäftspartner persönlich zu kennen. Das schafft gegenseitiges Vertrauen.

#### Mitarbeiter

- Bei der Bäckerei Kienzle arbeiten gut ausgebildete Fachkräfte.
- Ausbildungsplätze in der Backstube sowie im Verkauf werden regelmäßig angeboten.
- Die Mitarbeiter werden nach der Ausbildung grundsätzlich übernommen.
- Die flache Organisation und die Einbindung der Mitarbeiter erweitern das Kompetenzspektrum.

#### Das hat es uns gebracht

Wir fühlen uns wohl in unserem Betrieb. Er hat die Größe und Struktur, die wir uns gewünscht haben, und wir sind nicht gezwungen, unbedingt weiter zu expandieren. Stillstand muss kein Rückschritt sein, wenn der Fortschritt bei anderen, qualitativen Faktoren weitergeht.

## Weitere Ziele für die Zukunft

- Vorbereitung der Übernahme des Unternehmens durch die drei Söhne. Der Betrieb befindet sich dann in der 5. Generation.
- Weitere Konsolidierung der bestehenden Standorte.
- Das 100-jährige Betriebsjubiläum schön feiern.

## Wozu Wir Ihnen raten:

Macht das, was Euch und Eurem Betrieb gut tut und nicht das, was alle machen, denn jeder ist anders. Individualität ist auch ein Merkmal künftigen Erfolges.



#### MÄRKISCHES LANDBROT **GmbH**

Bergiusstraße 36 12057 Berlin Tel.: 030 6139120 landbrot@landbrot.de www.landbrot.de

Firmengründung: 1930

Gesamtzahl Beschäftigte: 44

Management:

Joachim Weckmann (Inhaber) Geschäftsführer: Christoph Deinert, Joachim Weckmann

Unternehmensform:

Lieferbäckerei für Naturkostfachgeschäfte. Reformhäuser, Kaufhäuser usw.

Produktionsstandort: Berlin

Absatzgebiet: Berlin und Brandenburg

Spezialitäten:

Sauerteigbrot, mildes Backfermentbrot, leichtes Bio-Hefeteigbrot

Sortiment:

Brot + Brötchen, Müsli, verpacktes Getreide und Flocken. Brotzubehör

Zertifizierungen: EMAS. Demeter

Partner- und Mitgliedschaften:

u. a. Gründungsmitglied der fair & regional-Initiative, Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AoeL). Mitglied der Klimaschutz- und Energieeffizienzgruppe der Deutschen Wirtschaft (KEG)

Auszeichnungen:

www.landbrot.de/backstube/ auszeichnungen/fuer-den-betrieb.html

## MÄRKISCHES LANDBROT zum Thema Nachhaltigkeit

"Wir engagieren uns nicht nachhaltia, um ökonomische Vorteile zu erzielen, sondern weil wir davon überzeugt sind, dass jedes Unternehmen seinen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten muss, damit auch die Generationen nach uns auf alle Ressourcen zurückareifen können."

Christoph Deinert, Geschäftsführer MÄRKISCHES LANDBROT GmbH

#### Was wir tun

1930 gegründet, blickt die Berliner Bäckerei MÄRKISCHES LANDBROT mittlerweile auf 80 Jahre Tradition zurück. Heute werden täglich bis zu 40 verschiedene Sorten Brot gebacken und überwiegend regional in Berlin und Brandenburg in über 250 Wiederverkaufsstellen vertrieben. Etwa 80 % des verarbeiteten Getreides wird von Demeter-Höfen aus dem regionalen Umland bezogen. 80 % des Umsatzvolumens wird über Naturkostfachgeschäfte generiert.

Die Herstellung von gesundheitsförderndas Unternehmensziel so: "Es gibt immer

einen Anfang für das Bessere. Unser Anspruch ist es. hochwertige und leckere Brote in Demeter-Qualität zu backen. Dabei sehen wir unsere Verantwortung in einer nachhaltigen Beziehung zwischen unseren Produkten, den Menschen und der Natur."

1981 hat MÄRKISCHES LANDBROT auf Bioproduktion (Bioland) umgestellt. 1992 wurde die erste betriebliche Ökobilanz veröffentlicht und seitdem wird biologisch-dynamisch nach Demeter-Richtlinien gebacken. Das Korn mahlen die Berliner täglich frisch auf Osttiroler nach EMAS (siehe Glossar).



Das Brot wird auch im traditionellen Holzofen gebacken.

Christoph Deinert lebt Nachhaltigkeit aus Überzeugung und unterstreicht den Stellenwert für Unternehmer. "Nachhaltigkeitsmanagement ist Chefsache. Die Herausforderungen liegen eher in der geistigen und strukturellen Arbeit. Um erfolgreich zu sein, ist die Überzeugung wichtig, nur als nachhaltiges Unternehmen langfristig wirtschaften zu können. Maßnahmen können nach und nach schrittweise eingeführt werden. Ziel sollte es sein, gute Umsätze mit guter Produktqualität zu erzielen bei gleichzeitiger Verbesserung zentraler gesellschaftlicher Aspekte, wie z. B. Gesundheit, Klima und Biodiversität. Kosten- und Gewinnbetrachtungen sollten nicht ausschließliches

#### Verantwortung für die Mitarbeiter

Neben der unternehmerischen Ausrichtung auf Umwelt- und Naturschutz lebt die Bäckerei auch soziale Verantwortung gegenüber den Beschäftigten und geht dabei an vielen Stellen über den branchenüblichen Standard hinaus. "Der Nachhaltigkeitsgedanke sollte sich im Kerngeschäft widerspiegeln - Nachhaltigkeit fängt bei den Mitarbeitern im Betrieb an "

#### Faire Löhne

Faire Löhne, bei denen Bäcker im oberen Drittel zwischen den Tarifen von Handwerk positiven Geschäftsentwicklungen. Lehrlinge werden über dem handwerklichen Tarif bezahlt. Gleiches Gehalt für Männer und Frauen ist selbstverständlich. Mitarbeiter mit Migrationshintergrund gehören zum festen Personalstamm. Es besteht ein faires Verhältnis zwischen Bäckern und Lehrlingen – auf vier Lehrlinge kommen fünf Bäckermeister. Die Bäckerei setzt auf qualifizierte Mitarbeiter. Regelmäßige Schulungen werden von der Qualitätsbeauftragten organisiert und gehören monatlich zum Arbeitsalltag. Auf dem Lehrplan stehen Umwelt- und Qualitätsmanagement sowie die optimale Herstellung von Teigen. Ebenwurden.

MÄRKISCHES LANDBROT

den, vollwertigen Lebensmitteln betrachund Industrie bezahlt werden, bieten aute so stehen Teilnahmen an auswärtigen Biltet die Bäckerei als ihr Kerngeschäft. Steinmühlen, um möglichst viele der Arbeitsbedingungen. Auch der eingeführte dungsveranstaltungen auf dem Programm. Dabei soll aber die Verantwortung für licht- und sauerstoffempfindlichen Steuerungsinstrument sein." Mindestlohn von 10 Euro pro Stunde führt Auf Wunsch werden jedem Angestellten die Lösung ökologischer und gesell-Aroma- und Vitalstoffe zu bewahren. zu einer fairen Bezahlung auch bei weniger zudem MBT-Schuhe (Masai Barefoot Techschaftlicher Herausforderungen nicht Als erstes Unternehmen der Lebensmitanspruchsvollen Tätigkeiten. Die Mitarnology) zur Verfügung gestellt, nachdem aus dem Blick geraten. Christoph Deinert, telbranche in Europa erhielt die Lieferbeiter profitieren zudem über Prämien an Beratung und Lauftest im Laden absolviert Geschäftsführer der Bäckerei, beschreibt bäckerei 1995 das Öko-Audit-Zertifikat







Die Geschäftsführung (links) mit den ansässigen Landwirten.

#### Was uns noch am Herzen liegt

#### Ökologisches Vorschlagswesen

Ein Vorschlagswesen Backstube und ein ökologisches Vorschlagswesen auf Basis eines Prämiensystems bietet allen Mitarbeitern die Möglichkeit, sich in das operative Geschehen mit kreativen Ideen einzubringen und so zum Erfolg des Unternehmens beizutragen.

#### Soziale Projekte

MÄRKISCHES LANDBROT unterstützt eine Vielzahl von sozialen Proiekten im Kiez (z. B. Suppenküchen in Neukölln oder Girls Day), in der Region (z. B. Bio-Brotbox Berlin-Brandenburg für Erstklässler bei der Einschulung, Berliner Tafel) sowie international (z. B. Feldberatung im Niger, Blindenzentrum in Tibet).

#### Transparente Unternehmenspolitik

Das unternehmerische Handeln soll öffentlich transparent sein. MÄRKISCHES LAND-BROT kommuniziert aktiv Umweltschutzerfolge und Initiativen nach außen, um Nachahmer zu animieren – auch wenn es sich hierbei um Wettbewerber handelt. Unsere offene Kommunikationspolitik beweist ökologische Verantwortung. Wir legen hier mehr Wert auf Veränderungen der Lebensmittelbranche als auf die Geheimhaltung intern erarbeiteter Wettbewerbsvorteile. Jährlich werden zudem die Anzahl der Qualitätskontrollen, die Aufteilung auf interne Kontrollen, externe DLG- und Demeter-Kontrollen sowie die Testergebnisse im Managementreview veröffentlicht.

#### Weitere Aktivitäten

#### Ökologie:

- Entwicklung Product Carbon Footprint Methodik (PCF) für alle Produkte der Bäckerei.
- Entwicklung PCF-Rechner und Veröffentlichung auf der Homepage.
- Jährliche Erstellung einer betrieblichen Ökobilanz.
- Photovoltaikanlage mit 28kWp.

- Bezug von Ökostrom seit 2001.
- Extensive Dach- und Fassadenbegrünung.
- Regenwaldaufforstung in Madagaskar auf 40.3 ha.
- Erprobung (gemeinsam mit Landwirten) neuer, für den ökologischen Landbau gezüchteter Getreidesorten (z. B. Lichtkornroggen) und Rekultivierung alter Getreidesorten wie Bergroggen oder Champagnerroggen zum Erhalt der biologischen Vielfalt.
- Unterstützung verschiedener Anti-Gentechnik-Kampagnen

#### Ökonomie:

- Faire Bezahlung von Lieferanten, z. B. unbefristete Festpreisvereinbarungen für Getreide, die sich an den Bedürfnissen der Bauern orientieren und damit Abkopplung von spekulationsbedingten Getreidepreisschwankungen.
- Faire Preise für Produkte, z. B. durch zunehmende Offenlegung von Produktkalkulationen.
- Jährliches Budget für Spenden und Sponsoring von ökologischen und sozialen Anliegen: mindestens 10 % des Jahresüberschusses nach Steuern.

2011 wurde zum ersten Mal ein Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, in dem alle ökonomischen, ökologischen und sozialen Aktivitäten der Lieferbäckerei als GRI-Index (Global Reporting Initiative) dargestellt wurden.

#### Das hat es uns aebracht

- 80 % der Kunden von MÄRKISCHES LANDBROT kaufen die Produkte auf Grund der Produktqualität.
- MÄRKISCHES LANDBROT wird zunehmend als Pionier in ökologischer, ökonomischer und sozialer Wirtschaftsweise wahrgenommen.
- Nachhaltiges Wirtschaften sorgt nicht nur für eine Berücksichtigung unmittelbarer Anliegen, z. B. von Mitarbeitern oder Geschäftspartnern, sondern versucht auch globale gesellschaftliche Herausforderungen der Zukunft zu beantworten und Lösungsbeispiele aufzuzeigen.
- Das wiederum schafft Vertrauen von Kunden und Mitarbeitern in die Marke MÄRKISCHES LANDBROT und stabilisiert die wirtschaftliche Entwicklung der Bäckerei.

#### Weitere Ziele für die Zukunft

- Unsere erste Priorität liegt in der weiteren Verbesserung der Produktgualität.
- Weiter gemeinsam mit regionalen Bauern den Anteil von biologischdynamischen und alten regionalen Getreidesorten erhöhen.
- Weiterentwicklung anderer produktbezogener Nachhaltigkeitskennzahlen (neben dem PCF-Projekt) wie z. B. den Wasserfußabdruck von Produkten, den Biodiversitäts-Eußabdruck oder den sozialen Produkt-Fußabdruck.
- Klimaneutralität bis spätestens 2020.

- Ökostrom: sofort.
- Herstellen gesunder Lebensmittel für Mensch und Umwelt, wie z. B.
  - Verwendung von Rohstoffen aus Bio-Erzeugerverbänden,
  - Vermeidung unnötiger Backhilfsmittel und 7usatzstoffe
- Verarbeitung eines möglichst hohen Anteils an Vollkornmehlen.
- Transparenz (z. B. regelmä-Bige Treffen mit Lieferanten. um Qualitäten. Liefermöglichkeiten, Abnahmemengen abzugleichen).
- Streben, die eigene Wirtschaftsweise nicht nur an den kurzfristigen Möglichkeiten des Marktes auszurichten, sondern zunehmend auch an den langfristigen Bedürfnissen der Marktteilnehmer (wie Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden, die Gesellschaft).



Die Photovoltaikanlage wurde 1995 installiert und 2010 erweitert.



#### Bäckerei-Konditoreiwaren Café BichlBäck

Birgit Pristauz Kirchgasse 1 6342 Niederndorf, Österreich Tel: +43 676 898 749 200 www.bichlbaeck.at

Firmengründung: 1928

Gesamtzahl Beschäftigte: 14

Management:

Birgit Pristauz (Inhaberin)

Anzahl Filialen:

1 Hauptgeschäft, 1 Filiale, Mobiler Verkauf

Produktionsstandort(e):

Niederndorf, Österreich

Absatzgebiet:

Lokales Umfeld mit überwiegend Privatkunden

Spezialitäten:

Sauerteigbrot, Lebkuchen mit Honig aus der Region

Sortiment:

Angebot an regionalen, konventionellen Backwaren und wenigen Bio-Backwaren

Zertifizierungen:

Geprüftes Mitglied beim Tiroler Qualitäts-Handwerk, Genussregion Untere Schranne, Gütesiegel Meisterbetrieb

Auszeichnungen:

TRIGOS 2011, Goldene Breze 2005, Gewinner des Gesundheitsförderprogramms "G'sundheit in unseren Betrieben"

#### Die Bäckerei BichlBäck zum Thema Nachhaltigkeit

"Herausforderung war schon immer Antriebsfeder für mich, ständige Fortbildung einer meiner Lebensinhalte. Ich liebe meinen jetzigen Beruf, weil darin Eigenständigkeit, Kreativität und Handarbeit stecken. Wichtiger aber ist, dass ich nicht lebe, um zu arbeiten, sondern umgekehrt. Höchste Priorität haben für mich mein Sohn Amadeus und die Menschen, die mit mir gemeinsam Träume haben und verwirklichen. Denn mein Leitsatz lautet: "Ich kann, ich will und ich tu!"

Birgit Pristauz, Inhaberin der Bäckerei BichlBäck

# Bäckerei-Ronditorei Cafe

#### Was wir tun

Nachhaltige und doch wirtschaftlich rentable Produkte und Dienstleistungen begegnen gesellschaftlichen Herausforderungen bei der Bäckerei BichlBäck.

Die handwerklich produzierende Bäckerei BichlBäck mit Sitz in der Unteren Schranne in Österreich gehört seit 1928 zum Niederndorfer Ortskern. Das Kerngeschäft vom BichlBäck umfasst die Herstellung, den Verkauf sowie den Lieferservice von Back- und Konditoreiwaren. Darüber hinaus bietet der Bäcker Fair-Trade-Produkte an, bewirtschaftet ein Bäckereicafé und verkauft regionale Waren zusätzlich in einem Online-Shop. Der BichlBäck weist ein für die Größe des Unternehmens beachtliches gesellschaftliches Engagement auf. Insbesondere das Bekenntnis der Inhaberin zur





Ich kann, ich will und ich tu.

Birgit Pristauz

Nachhaltigkeit, das sie auf alle Mitarbeiter ausstrahlt, ist vorbildlich. Ihr privates Konsumverhalten – regional, fair, verpackungsarm, biologisch – überträgt sie auf das Unternehmenskonzept ihrer Bäckerei.

Die größten Herausforderungen für das Bäckereihandwerk sieht die Inhaberin darin, den Versuchungen der modernen Technik zu widerstehen und die Menschen sowie das Handwerk in den Mittelpunkt zu stellen, um qualitativ hochwertige Produkte fertigen zu können. Das Erfolgsrezept der Bäckerei basiert auf innovativen, kreativen Produkten aus Rohstoffen der Region, die immer wieder an die sich ändernden Kundenbedürfnisse angepasst werden. Bei den regionalen Lieferanten im Umkreis von 8 km achtet der BichlBäck auf Produktqualität und die regionale Wertschöpfung.

#### Das gesunde Frühstück

Die Bäckerei zeichnet sich durch vielseitige, innovative Vertriebswege aus. Der Service hat einen hohen Stellenwert bei BichlBäck und die Produkte werden für die Kunden möglichst flexibel zugänglich gemacht. Der Verkauf der Backwaren findet über die Filialen hinaus, z. B. durch einen Jausen-Kiosk

in einer Schule statt, um den Schülern morgens ein ausgewogenes Frühstück zu bieten.

Das Engagement der Bäckerei beim Verkauf von Brot und Lebensmitteln durch einen individuellen Lieferservice wird im Folgenden vorgestellt.

#### Nahversorgung ist Lebensqualität

Der Bäcker BichlBäck ist ein unersetzlicher Bestandteil der Infrastruktur der Unteren Schranne. Mit dem Projekt "Mobile Nahversorgung mit Brot und Lebensmitteln" hat BichlBäck eine innovative Vertriebsstruktur geschaffen, lebt Regionalität und leistet einen wertvollen Beitrag für benachteiligte Ortsteile. Das Konzept beinhaltet die Lieferung von Lebensmitteln, Backwaren und weiteren Handelswaren in abgelegene Wohngegenden unter Berücksichtigung individueller Bedürfnisse. 150 Kunden pro Woche werden durch das Projekt mobil innerhalb eines Radius von 15 km beliefert.

#### Der Bichl-"Wander"-Bäck

An den verschiedenen Wochentagen fährt je eine Mitarbeiterin mit dem Verkaufsfahrzeug in ein abgelegenes Wohngebiet, in dem Lebensmittelgeschäfte nicht oder schwer zu Fuß erreichbar sind. Die mitgeführten Waren sind hauptsächlich Brot und Gebäck aus eigener Herstellung, aber auch Eier und Milchprodukte. Zunächst stellen sich die Mitarbeiter persönlich bei jedem Haushalt vor. Wenn es gewünscht wird, kommen sie im wöchentlichen Rhythmus wieder

Als nächstes finden sie heraus, welche Produkte bevorzugt werden, ob geläutet oder gehupt, ob stillschweigend das Sackerl an der Tür befüllt oder direkt in die Küche gelegt werden soll. Sie erfragen, ob bar bezahlt oder monatlich abgerechnet wird und ob z. B. spezielle diätetische Bedürfnisse bestehen. Im Betrieb gibt es drei Mitarbeiterinnen, die "ihre Tour" selbst entwickelt haben.





Jede verfügt über kundenspezifisches Wissen. Sehr rasch baut sich so eine besonders intensive Kundenbeziehung auf.

Zu Beginn wusste das Team der Bäckerei nicht, ob sich der Zeitaufwand rentieren wird, und auch nicht, dass sie damit zielgenau ein wesentliches Kundenbedürfnis treffen. Inzwischen können weder die Kunden noch das BichlBäck-Team sich das Projekt wegdenken.

#### Was uns noch am Herzen liegt

#### Mitarbeiter

Neben Mitarbeiterbesprechungen und Verkaufsschulungen finden beim Bäcker BichlBäck regelmäßig Treffen mit externen Trainern und Workshops statt, die neuen beruflichen Input geben. Themen, wie die Einsparung von Ressourcen, Verpackung, Müll, Energie, Chemikalien etc., stehen regelmäßig auf der Tagesordnung. Die Mitarbeiter werden bei den wichtigsten Entscheidungen im Unternehmen mit einbezogen.

Work-Life-Balance hat einen hohen Stellenwert bei BichlBäck. Das ins Leben gerufene Gesundheitsprojekt der Bäckerei sensibilisiert die Mitarbeiter für die verschiedenen Säulen der Gesundheit: Ernährung, Bewegung, Mentalbilanz, Energiebilanz und Umfeld.

Körperliche Zufriedenheit und Arbeits-Zufriedenheit wurden analysiert und weiterhin wurde in einem Gesundheitszirkel erarbeitet, wie das Arbeitsplatzumfeld verbessert werden kann.

Das Ergebnis sind ergonomische Maßnahmen und Ausgleichssport, u. a. Walkinggruppen oder Radfahren.

#### Produktion

BichlBäck verwendet für die Produktion regionale Rohstoffe, Bio-Rohstoffe sowie Rohstoffe aus fairem Handel.

- Rohstoffe mit ungewisser, kritischer Herkunft (z. B. Sojaschrot, Fertigeiprodukte) werden nicht verwendet.
- Alle Backwaren werden aus eigenen Rezepten ohne Zusatzstoffe hergestellt So kann auf Kundenwünsche flexibel eingegangen werden.

## Maßnahmen zur Abfall-, Lärm- und Emissionsreduzierung

- Wiederverwendung von Verpackungsmitteln: Säcke, Kunststoffeimer, Eierkartons.
- Sortieren und Recyceln von übriggebliebenen Backwaren.
- Überreste der Tagesproduktion werden auf verschiedene Weise im Betrieb recycelt und finden z. B. Verwendung als Futter für Bauern, die die Bäckerei wiederum mit Rohstoffen beliefern.
- Sparsamer Reinigungsmittelverbrauch durch Verwendung von ENJO-Fasern in vielen Bereichen (Reinigung nur mit Wasser).

#### Ressourcen- und Energieeffizienz

- Der Arbeitsablauf ist so organisiert, dass die Backöfen nur drei bis vier Stunden täglich laufen und in dieser Zeit möglichst ohne Pausen bestückt werden.
- Einsatz moderner Kältetechnikmethoden. Die intensivst genutzte Kältefläche ist allerdings kleiner als die Backfläche. Für eine rationelle Arbeitsweise wird mindestens die dreifache Kältefläche empfohlen, Kälte verbraucht jedoch in Bäckereien am meisten Energie. Der BichlBäck hat daher den Entschluss gefasst, lieber noch einen weiteren Mitarbeiter zu beschäftigen, als noch mehr in Kältetechnik zu investieren.

## Das hat es uns gebracht

- Unternehmensabsicherung.
- Arbeitsplatzsicherheit auch in Krisenzeiten.
- Nahversorgungssicherung besonders für ältere Menschen, die nicht mehr mobil sind und für die der tägliche Einkauf eine Herausforderung darstellt.
- Versorgung der Kunden mit nachhaltigen Lebensmitteln.
- Persönliche Beziehungen zu Interessensgruppen.
- Mitarbeitermotivation.
- Regionale Wertschöpfung.
- Sammelfahrten und Verpackungsersparnis.
- 20 % Plus beim Backwarenumsatz.



• Das Wir-Gefühl des Teams weiter

• Beim nächsten Fahrzeugtausch ein

Stromeinsparung durch moderne

• Wärmerückgewinnung für Heizung und

Elektro-Auto anschaffen.

Warmwasser optimieren.

Beleuchtungstechnik.

stärken.

 Die Gewissheit, unverfälschte und hochwertige Lebensmittel anzufertigen und weiterzugeben sowie das gute Gefühl, Nachhaltigkeit und globale Verantwortung auch im Beruf zu leben.

## Weitere Ziele für die Zukunft

- Die Kriterien für das Qualitätssiegel "Ausgezeichneter Tiroler Lehrbetrieb" erfüllen.
- Im bestehenden Gebiet mindestens 200 Kunden wöchentlich betreuen.
- Mindestens fünfmal im Jahr auf einer öffentlichen Veranstaltung mit einem Stand inkl. Backvorführungen präsent sein.
- 5-Tage-Woche für alle, inklusive der Inhaberin, bei 7-Tage-Service für die Kunden.
- Fortbildungen weiter ausbauen.

## Ihnen ratens

- Sinnhaftigkeit von technischen Anschaffungen genau überdenken; manchmal kann durch organisatorische Maßnahmen und gezielten Mitarbeitereinsatz mehr erreicht werden.
- Technische Entwicklungen im Bereich von Energiesparmaßnahmen verfolgen.
- Mit den Mitarbeitern auf Augenhöhe kommunizieren, sie in Entscheidungen mit einbeziehen und ein gutes Vorbild sein.
- Für alle Menschen in und um den Betrieb Geschäftspartner, Kunden und Mitarbeiter Empathie und echtes Interesse haben und daraus ein Netzwerk flechten.



Schwarzmaier

Michael Schwarzmaier

## Die Öko-Vollwert-Bäckerei Schwarzmaier zum Thema

Mühlwea 11 82398 Etting Tel.: 08802 907386 kontakt@oeko-schwarzmaier.de www.oeko-schwarzmaier.de

Öko-Vollwert-Bäckerei

Firmengründung: 1992

Gesamtzahl Beschäftigte: 25, davon 4 Auszubildende

Management:

Michael Schwarzmaier (Inhaber und Geschäftsführer)

Anzahl Filialen:

zwei Filialen. Verkauf der Backwaren in Naturkostläden, Online-Shop

**Produktionsstandort:** 

Etting

Absatzgebiet:

Spezialitäten:

Bayerisches Oberland

Allergikerbrote, hefefreie Brotsorten. glutenfreie Backwaren, 100 % Vollkornmehl täglich frisch auf eigenen Wirbel- und Zentrofanmühlen vermahlen

Sortiment:

26

Naturkost, über 20 verschiedene Vollwert-Brotsorten, 30 verschiedene Semmelsorten und Feinkost-Backwaren. Kuchen

Zertifizierungen: Bio-zertifiziert

Partner- und Mitgliedschaften:

Gründungsmitglied Charta fair & regional

# Nachhaltigkeit

"Seit Generationen betreibt unsere Familie das Bäcker- und Konditorhandwerk. Transparente Unternehmenspolitik ist uns sehr wichtig. Bäckereien übernehmen eine gewisse Verantwortung für den Endverbraucher. Allergien gegen bestimmte Inhaltsstoffe nehmen immer weiter zu. Daher bieten wir auch glutenfreie Produkte an. Wir sind eine Öko-Bäckerei mit ganzheitlichem Konzept. Unser Slogan lautet: Für uns und unsere Umwelt, alles aus regionalem Öko-Anbau."

Michael Schwarzmaier, Geschäftsführer Öko-Vollwert-Bäckerei Schwarzmaier



#### Was wir tun

Die Bäckerei Schwarzmaier mit Sitz im Landkreis Weilheim legt ihren Produktionsschwerpunkt auf Vollwertbackwaren aus biologisch angebauten Rohstoffen aus der Region, führt aber auch einige konventionelle Produkte im Sortiment. Über die Grenzen Oberbayerns hinaus ist der Betrieb in den letzten Jahren als so genannte CO<sub>2</sub>-neutrale Bäckerei bekanntgeworden. Schwarzmaier vertreibt seine Produkte in zwei eigenen Läden, hat einen Online-Shop

Die Familie Schwarzmaier betreibt das Bäcker- und Konditorhandwerk schon seit Generationen, Nachdem Michael Schwarzmaier zunächst als Backstubenleiter im väterlichen Betrieb tätig war, hat er sich 1992 entschlossen, gemeinsam mit seiner Frau einen anderen Weg einzuschlagen und die Öko-Vollwert-Bäckerei eröffnet. Mit seinem ganzheitlichen Betriebskonzept wollte er aktiv dem ökonomischen Druck auf das Bäckerhandwerk etwas entgegensetzen und mit traditionellen handwerklichen Tugenden wie Innovationskraft, Anpassungsfähigkeit und kundenorientiertem Verhalten zeigen, dass auch heute ein kleines Familienunternehmen seinen Platz im aktuellen Marktgeschehen behaupten kann.

Dass sich eine ressourcenschonende Produktion auch ökonomisch rechnet, belegt die erfolgreiche Entwicklung der Bäckerei. Nach schwierigen Anfangsjahren stießen die Schwarzmaiers schnell an ihre Kapazitätsgrenze und haben 2001 mit dem Bau

einer neuen Produktionsstätte in Etting ihren Betrieb erweitert. Heute steht der Familienbetrieb auf einer soliden ökonomischen Basis mit 25 Arbeits- und Ausbildungsplätzen. Alle engsten Familienmitglieder sind in den Betrieb eingebunden.

"Die Herausforderung im Bäckerhandwerk", erläutert Michael Schwarzmaier, "sehe ich darin, sich wieder auf die alte Bäckereihandwerkskunst zu besinnen, modern ausgedrückt Slow Baking zu betreiben und keine Zusatzstoffe zu verwenden. Dazu gehört für mich auch, mit den Landwirten enge Partnerschaften zu pflegen, sich mit den Auswirkungen von schlechten Ernten auseinanderzusetzen sowie Getreide-Analysen auszuwerten. Jeder Bäcker sollte sich

z. B. fragen, wie er auf die stetig höheren Säurewerte im Getreide reagiert, um trotzdem noch einen saftigen Teig herstellen zu können "



Die Bäckerei Schwarzmaier arbeitet mit Getreide und Rohstoffen aus ökologischem Anbau. Die Bio-Backwaren sind entsprechend öko-zertifiziert. Aus Schwarzmaiers Sicht ist die Zertifizierung eine zweischneidige Sache: "Regelmäßige Überprüfungen von außen, um das Öko-Zertifikat zu behalten, sind definitiv sinnvoll. Allerdings werden die Kontrollen und die damit verbundene Bürokratie immer umfangreicher. Für einen kleinen Handwerksbetrieb wie uns, der nach gutem Wissen und Gewissen



und beliefert Naturkostläden in der Region.

... Für uns und unsere Umwelt







Für den mit Holzpellets befeuerten Backofen sprechen sowohl ökologische als auch ökonomische Kriterien.

Backwaren mit ökologischen Zutaten von regionalen Bauern herstellt, kostet das oft zu viel Zeit. Für uns ist die Öko-Zertifizierung aber dennoch von Bedeutung, um unseren Ladenkunden und den belieferten Naturkostläden Sicherheit zu geben."

#### Energiekonzept

Die Bäckerei Schwarzmaier verfolgt eine konsequent ökologische Ausrichtung, in deren Mittelpunkt neben der Verarbeitung von biologisch angebautem Getreide und Öko-Zutaten ein modernes, innovatives Energiekonzept steht. Sogar der ehemalige Umweltminister Jürgen Trittin war schon zu Besuch bei der Bäckerei Schwarzmaier in Etting. Aufgrund des Pilotcharakters wurde der Neubau der Bäckerei mit Mitteln des Bundesumweltministeriums als Demonstrationsvorhaben gefördert.

Das neu gebaute Wohn-, Seminar- und Produktionsgebäude ist komplett in Holzbauweise errichtet worden. Auf die Optimierung der Produktionsmaschinen in punkto Energie wurde viel Wert gelegt. Die Entwicklung eines Holzpelletbrenners für die Backöfen, einer Wärmerückgewinnungsanlage mit Abgaswärmetauscher sowie der ausschließliche Einsatz regenerativer Energien (Holzpellets und Ökostrom) umschreiben die wichtigsten Maßnahmen.

## Fünf Bausteine charakterisieren das beispielhafte Energiekonzept:

- 1. Einsatz des klimafreundlichen Brennstoffs Holzpellets.
- 2. Rückgewinnung der Ofenabwärme für Heizzwecke und Warmwasserbereitung
- 3. Kältetechnik mit intelligenter Wärmerückgewinnung.
- 4. Lieferfahrzeuge mit Pflanzenöl.
- 5. Greenpeace-Strom 100 % CO<sub>2</sub>-neutral

Inhaber Schwarzmaier hat nach einjähriger Messdauer eine Energie- und CO<sub>2</sub>-Bilanz für seinen Betrieb erstellen lassen und die wichtigsten Energiekennzahlen in einer Benchmark-Analyse mit anderen Bäckereien verglichen. Sowohl beim Strom als auch bei den fossilen Energieträgern schneidet die Bäckerei im Branchenvergleich überdurchschnittlich gut ab.

Die Erfahrungen mit der öffentlichen Förderung für das Energiekonzept der Bäckerei sind durchweg positiv. Michael Schwarzmaier empfiehlt daher: "Trauen Sie sich und rufen Sie direkt bei Ministerien, der KfW, den Innungen oder der Handwerkskammer an, wenn Sie Unterstützung für Ihre nachhaltigen Projekte benötigen."

#### Selbst konstruierter Pelletbrenner für Backöfen

Besonders am Herzen liegt Michael Schwarzmaier die eigens konstruierte Feuerungstechnik (TÜV-geprüft), welche mit Holzpellets (Abfälle der Sägewerke, schnell nachwachsende Gehölze) betrieben wird. Er hat die Verbrennungstechnik für den Backofen aus Umweltgründen selbst geplant und führt auch alle Reparaturen persönlich durch. Für den Holzpelletofen sprechen neben ökologischen Vorteilen auch die ökonomischen Fakten. "Heizöl für gewöhnliche Bäckereiöfen wird immer teurer, Holzpellets hingegen sind um die Hälfte günstiger."

Michael Schwarzmaier versucht auch andere Bäckereien für den Einsatz von

Holzpelletöfen zu gewinnen: "Wir verkaufen das Ofensystem ebenfalls an andere Bäcker. Da es sich jedoch um kein Produkt von der Stange handelt, sind Bäcker skeptisch und schwer davon zu überzeugen, obwohl dieser Backofen ökologischer und kostengünstiger ist als herkömmliche Backöfen." Die Anlage arbeitet seit Jahren sicher und störungsfrei im täglichen Produktionsbetrieb.

#### Was uns noch am Herzen liegt

#### Hintergrundwissen für Mitarbeiter und interessierte Kunden

Neben dem praktischen Erlernen des Handwerks werden die Lehrlinge mit dem Nachhaltigkeitsgedanken vertraut gemacht (ökologische Bäckerfachausbildung).

Die Vollwert-Bäckerei Schwarzmaier öffnet regelmäßig Interessierten ihre Pforten, um ihnen die Möglichkeit zu bieten, hinter die Kulissen eines ökologisch verantwortlichen Bäckereifachbetriebs zu schauen. Die Besucher werden in die Besonderheiten einer nachhaltigen Bäckerei eingeführt. Die Landwirte, die die Bäckerei mit ökologischen Rohstoffen beliefern, stehen ebenfalls für Fragen zur Verfügung.

Auch für die Kinderfrüherziehung im Hinblick auf den gerechten Umgang mit der Natur engagieren sich die Schwarzmaiers fortlaufend.

#### Seminare für das Bäckerhandwerk

Familie Schwarzmaier bietet regelmäßig Seminare an, um das Konzept eines ökologisch verantwortlichen Handwerksbetriebs auch Kollegen zu vermitteln. Außerdem ist der Holzpelletofen Teil der Seminarreihe. Die Erfahrungen damit sind nicht nur positiv: "Das Interesse am Anfang ist oft groß, die Resonanz bei den Veranstaltungen leider sehr gering."

#### Kommunikation

"Auf den Begriff "Bio" legen wir keinen Wert, weil damit viel zu viel Marketing betrieben wird. Vielmehr ist es uns wichtig darauf hinzuweisen, dass alle unsere Produkte ökologisch und mit Rohstoffen von regionalen Landwirten hergestellt werden."

## Das hat es uns gebracht

- Massive Einsparungen an Energiekosten, teils über 50 %.
- Beinahe 100 %ige Einsparung von CO<sub>2</sub>.
   Die Bäckerei produziert 93 % weniger Kohlenstoffdioxid als eine herkömmliche Bäckerei.
- · Geringe Feinstaubmessungen.
- Das Bundesumweltministerium in Berlin hat das Unternehmen als Demonstrationsvorhaben gefördert.

## Weitere Ziele für die Zukunft

- Seminarzentrum ausbauen und ökologisches Fachwissen sowie die Begeisterung dafür an Kollegen in der Branche übertragen.
- Junge Bäcker für einen ökologischen Handwerksbetrieb begeistern.

## Wozu Wir Ihnen raten:

- Bäcker sollten sich stärker in Bäckerinnungen organisieren, so dass wieder mehr Transparenz vorzufinden ist.
- Wieder zurückfinden zu natürlichen Rohstoffen und möglichst wenige Fertigmischungen verwenden.
- Einkaufsgenossenschaften gründen, um einen guten Preis zu erzielen, die Region zu stärken und den einen oder anderen Bauer motivieren, auf ökologischen Landbau umzustellen.



#### Bäckerei Licht

Raimund Licht Am Markt 40 54470 Lieser Tel.: 06531 6345 licht@baeckerlicht.de www.baeckerei-licht.de

Firmengründung: 1960

**Gesamtzahl Beschäftigte:** 8 Angestellte, 1 Auszubildender

Management:
Raimund Licht (Inhaber)

Anzahl Filialen: 1 Hauptgeschäft

**Produktionsstandort:** Lieser/Mosel

**Absatzgebiet:** Lieser/Mosel

Spezialitäten:

"Pauls", Kuchen im Glas mit Traubenbranntwein, der mehrere Monate haltbar ist und als Mitbringsel von der Mosel gekauft wird

#### Sortiment:

versch. Brotsorten, Brötchen, frische Torten, Blechkuchen, Hefe- und Plundergebäcke, ausgewählte Handelswaren, Frischobst, Frischwurst und Molkereiprodukte

**Zertifizierungen:** EU-Öko-Audit (2002)

Partner- und Mitgliedschaften: Innungsmitglied "Regional erste Wahl"

Auszeichnungen:

Marketingpreis des dt. Handwerks (2001), Bronzener DBZ-Internetpreis (2000)

#### Die Bäckerei Licht zum Thema Nachhaltigkeit

"Nah am Kunden und hinter den Produkten stehen, mit Haut und Haar, das ist unser Motto. Bei allen Arbeitsgängen in unserem Betrieb bin ich mit dabei. Wir setzen uns ständig damit auseinander, wo noch Verbesserungspotenziale im Unternehmen liegen. Jeder, der in unserem Laden einkauft, kennt den Bäckermeister. Mit allen Produkten, die wir herstellen, identifiziere ich mich. Gemeinsam mit meiner Frau, Bäckermeisterin und Betriebswirtin des Handwerks, lebe ich seit 20 Jahren Nachhaltigkeit aus Überzeugung. Dafür benötigt man keine großen Konzepte, denn jede kleine Maßnahme und Optimierung zählt und bringt uns ein Stück weiter. Wichtig ist, dass alle Mitarbeiter mit einbezogen werden. Durch meine Tätigkeit in den unterschiedlichsten Gremien im Ehrenamt bringe ich oft innovative Ideen für den Betrieb mit."

Raimund Licht, Inhaber der Bäckerei Licht

Mein Leben besteht aus der Bäckerei und dem Ehrenamt.



#### Was wir tun

Die traditionelle Kleinbäckerei Licht sitzt im Weinort Lieser an der Mosel (1 300 Einwohner). Bäckermeister Raimund Licht bietet gemeinsam mit seiner Frau in der zweiten Generation täglich über 70 verschiedene Brotsorten, Brötchen, frische Torten, Blechkuchen, Hefe- und Plundergebäcke in konventioneller Qualität an. Neben dem eigenen Backsortiment verkauft die Bäckerei ausgesuchte Handelswaren. Frischobst. Frischwurst und Molkereiprodukte. Ein kleines Stehcafé im Laden animiert den Kunden zum direkten Genuss vor Ort. Abgerundet wird das Angebotskonzept durch einen Außer-Haus-Verkauf (vom Party-Korb über ein Tortenbuffet bis hin zu einem speziellen Brot-Buffet).

Die Kundschaft der Familienbäckerei besteht zu ca. 30 % aus Touristen und 70 % aus regionalen Kunden; die Zusammensetzung variiert je nach Saison. Der Erfolg der Bäckerei beruht nach Einschätzung von Raimund Licht auf der starken regionalen Identität seiner Bäckerei sowie dem glaubwürdigen Engagement beim Nachhaltigkeitsmanagement, das dem Bäckermeister persönlich am Herzen liegt.

Jeder, der in der Bäckerei einkauft, kennt den Bäckermeister, der auch regelmäßig selbst seine Backwaren im Ort ausliefert. Raimund Licht steht hinter allen Produkten und ist von der Qualität seiner Backwaren überzeugt.

#### **Ehrenamtliches Engagement**

"Mein Leben besteht aus der Bäckerei und dem Ehrenamt." Neben der Leitung der Bäckerei ist Raimund Licht stellvertretender Landesinnungsmeister und Vorsitzender des Berufsbildungsausschusses des LIV Rheinland. Er ist weiterhin Mitglied der Jury der deutschen Meisterschaft der Bäckerjugend und Vorsitzender Kreishandwerksmeister der KH MEHR (Mosel-Eifel-Hunsrück-Region).

"Wie fruchtbar die Tätigkeit in den Gremien für den eigenen Betrieb und die eigene Persönlichkeit ist, übersehen einige Kollegen. Wenn man etwas Zeit übrig hat, leitet ein solches Engagement viele innovative Ideen in den eigenen Betrieb."

Die Herausforderung im Bäckereihandwerk sieht Bäckermeister Licht in dem Umgang mit Energie und Rohstoffen. "Das Bäckereihandwerk ist einer der größten Energieverbraucher Deutschlands. Jeder Bäcker sollte daher z. B. unnötiges Frosten vermeiden."

#### Umweltmanagementsystem

Die Bäckerei Licht setzt sich seit 20 Jahren mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander. "Allein die Tatsache, dass man sich mit Nachhaltigkeitsmanagement beschäftigt, führt zu Erfolgen. Dafür ist es bei kleinen Betrieben nicht immer notwendig, ein ausgearbeitetes Konzept vorzulegen







Raimund Licht mit seiner Frau Ilona Husz-Merz.

und ständig zu überprüfen. Wichtig ist aber, regelmäßig alle Arbeitsvorgänge zu überdenken und kleine Optimierungen vorzunehmen "

Die Bäckerei hat bereits 1999 ein Umweltmanagementsystem eingeführt und nach EU-Öko-Audit (EMAS) zertifizieren lassen. In der Folge wurden eine ganze Reihe von umweltbezogenen Maßnahmen eingeleitet. Anzuführen sind beispielsweise die verstärkte Verwendung natürlicher Rohstoffe, die Nutzung von Abwärme zur Warmwasserbereitung und der Einsatz einer wasser- und energiesparenden Gewerbespülmaschine. Auch ein Abfallbeauftragter wurde bestimmt.

Aus Sicht von Raimund Licht hilft ein Umweltmanagementsystem dabei, das eigene Umweltverhalten systematisch zu überprüfen. Der Aufbau eines solchen Systems erleichtert es, alle umweltrelevanten Arbeitsprozesse im Auge zu behalten und kontinuierlich zu optimieren. Die Dokumentationspflichten, die für eine Zertifizierung notwendig sind, sieht er dagegen für einen Kleinbetrieb kritisch.

Insgesamt arbeitet die Bäckerei Licht fortwährend daran, den Energieverbrauch weiter zu senken und eine möglichst umweltfreundliche Technik zu verwenden. Das Familienunternehmen setzt in der Backstube kaum Kälte ein. Nur für Nischenprodukte wird auf Teiglinge aus den letzten Tagen zurückgegriffen, da sich hier eine tägliche Produktion nicht rechnet. Auch aus der Kälteenergie der Backstube sowie den Kühlungen des Ladens wird Warmwasser für den Laden und das Wohnhaus produziert.

Der Bäckermeister bemüht sich auch, das Umweltbewusstsein der Mitarbeiter zu fördern. Vertragspartner werden nach ökologischen Kriterien bewertet und ausgewählt. Die regelmäßige Teilnahme an jährlich stattfindenden Brot- und Brötchenprüfungen gewährleistet eine kontinuierliche Qualitätssicherung.

#### Was uns noch am Herzen liegt

Innovative Produkte gehören zum Sortiment der Bäckerei. Der "Kuchen im Glas" wird gerne von den vielen Touristen als Mitbringsel für zu Hause erworben. Und auch die eigene Kreation "Pauls", ein Brot aus 70 % Roggen, 20 % Weizen, 10 % Dinkel, einer hauseigenen Würze und Sonnenblumenkernen, ist bei den Kunden sehr beliebt.

## Info-Terminal für Produktinformationen

Ein Info-Terminal in der Bäckerei bietet dem Kunden die Möglichkeit, alle Zutaten und Inhaltsstoffe der Backwaren einzusehen. Darüber hinaus sind alle ernährungsrelevanten Inhaltsstoffe, die BIG 8 (siehe Glossar), Verzehrempfehlungen, Besonderheiten sowie Infos zur Frischhaltung hinterlegt. Für Allergiker und Kunden mit Unverträglichkeiten ist eine Suchfunktion eingebaut, mit der alle Allergene und Intoleranzen angewählt werden können. Im Ergebnis erhält der Kunde eine auf seine Gesundheitsprobleme zugeschnittene Verzehrempfehlung.

## Das hat es uns gebracht

- Mitarbeiter sind oft über viele Jahre im Unternehmen. So wird eine hohe Rezepttreue eingehalten und eine gleichmäßige Qualität erzielt.
- Finanzielle Einsparungen durch unsere Abwärmenutzung.

"Durch unsere Nähe zum Kunden und der Identifikation mit allen Produkten werden wir von unseren Kunden durch Treue belohnt."

## Weitere Ziele für die Zukunft

- Das wichtigste Gut ist Gesundheit für die ganze Familie.
- Die finanzielle Unabhängigkeit behalten.
- Das intakte Umfeld bewahren.
- Emissionen wassergefährdender Stoffe vermeiden.
- Reduzierung des Abwasseraufkommens und der Abwasserbelastung.

## Wozu Wir Ihnen raten:

- Nachhaltigkeitsmanagement in den täglichen Ablauf mit einbeziehen und allen Mitarbeitern vorleben.
- Kleine Maßnahmen haben oft schon große Wirkung.
- Ehrenamtliches Engagement und der Austausch mit Kollegen im Bäckerhandwerk trägt innovative Ideen direkt in Ihren Betrieb.
- Dem Kunden mehr bieten als nur das reine Brot.





## Maturlich, regional, ökologisch.



#### Ludwig Stocker Hofpfisterei GmbH

Dagmar Wild, Umweltmanagement Kreittmayrstraße 5 80335 München Tel.: 089 5202-0 info@hofpfisterei.de www.hofpfisterei.de

Erste urkundliche Erwähnung: 1331

#### Unternehmensverbund Hofpfisterei:

- Ludwig Stocker Hofpfisterei GmbH mit Öko-Metzgerei Landfrau, Emmering
- Stocker's Backstube GmbH, Lauf an der Pegnitz
- Meyermühle AG, Landshut

Gesamtzahl Beschäftigte: ca. 900

#### Management:

Siegfried Stocker, Margaretha Stocker (Strategische Geschäftsleitung), Jürgen Mayer, Nicole Stocker (Geschäftsleitung)

#### Anzahl Filialen:

156 eigene Filialen, 700 Wiederverkaufsstellen

Produktionsstandort: München

#### Spezialitäten:

Pfister Öko-Sonne

#### Sortiment:

Pfister Öko-Natursauerteigbrote, ökologische Back- und Feinbackwaren, ökologische Schinken- und Wurstspezialitäten

#### Zertifizierungen:

Biozertifizierungen:
Naturland,
EG-Öko-Verordnung,
Länderzeichen Öko-Qualität –
garantiert Bayern,
Koscher-Zertifikat,
Unternehmenszertifikat
"Faire Partnerschaft von Naturland",
Umweltmanagement nach EMAS

#### Partner- und Mitgliedschaften:

AoeL (Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller), Naturland, Umweltpakt Bayern

#### Auszeichnungen u. a.:

Umweltschutzpreis der Industrie (1995), Europäischer Umweltpreis (1996), Auszeichnung der UNESCO Nachhaltigkeit im Natur- und Umweltschutz (2006) Bayerischer Verdienstorden für Siegfried Stocker (2008), Nominierung für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis (2011)

#### © Copyright Fotografie (Ludwig Stocker Hofpfisterei GmbH+Meyermühle AG) by Henning Bornemann

#### Meyermühle AG

Michael Hiestand Hammerstraße 1 84034 Landshut Tel.: 0871 607-0 Fax: 0871/607-44 info@meyermuehle.de www.meyermuehle.de

Firmengründung: 1982

Gesamtzahl Beschäftigte: 31

Management:

Michael Hiestand (Vorstand)

Produktionsstandort: Landshut

#### Absatzgebiet:

Vertrieb an Bio-Bäckereien in ganz Deutschland und dem angrenzenden Ausland

#### Sortiment:

Bio-Mehle in verschiedenen Qualitäten und wenige konventionelle Mehle, Bio-Backmischungen/-Rezepturen, Bio-Backzutaten/-Backmittel

#### Zertifizierungen:

Erste Mühle in Europa mit Öko-Audit (1996), Öko-Qualität, garantiert Bayern (1998), Zertifizierung der CO<sub>2</sub>-neutralen Produktion (2010), Naturland-Faire Partnerschaft (2011)

#### Partner- und Mitgliedschaften:

Naturland, Bioland, Biokreis, AoeL, Umweltpakt Bayern

#### Auszeichnungen:

Urkunde für vorbildliche Leistungen in den Bereichen Umwelt-, Gesundheitsund Verbraucherschutz, verliehen vom Bayerischen Staatsministerium

## Die Hofpfisterei zum Thema Nachhaltigkeit

"Die sichtbare Gefährdung unserer Umwelt hat die Hofpfisterei veranlasst, vor mehr als 25 Jahren einen umfassenden ökologischen Weg zu gehen. Durch den anerkannt ökologischen Landbau werden unsere Lebensgrundlagen Wasser, Luft und Boden, die Lebensräume von Tieren und Pflanzen sowie das Klima geschützt. Seit 1985 backt die Hofpfisterei daher nach dem Motto: natürlicher Genuss, schmackhaft in bester ökologischer Qualität."

Dagmar Wild, Umweltmanagement Ludwig Stocker Hofpfisterei GmbH



#### Was wir tun

Die Hofpfisterei mit Firmensitz in München ist als Deutschlands größter Ökobäcker über die Branche hinaus bekannt. Das Familienunternehmen in dritter Generation hat sich früh auf die Herstellung von ökologischen Backwaren spezialisiert, und die Pfister-Ökobrote aus reinem Natursauerteig sind über die Grenzen Bayerns hinaus gefragt. Bemerkenswert ist die Integration der vorgelagerten Produktionsstufen in das Unternehmen. Zur Beschaffungs- und Qualitätssicherung des Bedarfs an Öko-Getreide wurde 1988 die Meyermühle mit einer Mehrheitsbeteiligung übernommen.

Bereits der Name Hofpfisterei verweist auf den Verbund von Mühle und Bäckerei. Im strengen Zunftwesen des Mittelalters hatte ein "Hofpfister" traditionell das Privileg, die üblicherweise streng getrennten Handwerke des Müllers, des Mehlhändlers (Melber) und des Bäckers in seinem Betrieb vereinen zu dürfen.

"Wir legen Wert auf eine zuverlässige Vorkette mit langfristigen Partnerschaften, um unseren Kunden höchste Qualität zu akzeptablen Preisen liefern zu können", so Dagmar Wild, Umweltmanagementvertreterin der Hofpfisterei. Neben der Ludwig Stocker Hofpfisterei GmbH als Muttergesellschaft und der Meyermühle AG gehören die Öko-Metzgerei Landfrau sowie die Stocker's Backstube GmbH zum Unternehmensverbund.





Neben Backwaren werden auch Spezialitäten der Öko-Metzgerei Landfrau angeboten.

Die Unternehmensgruppe beschäftigt heute rund 900 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von etwa 81 Millionen Euro. Absatzgebiet der Hofpfisterei ist hauptsächlich Süddeutschland. In Bayern und Baden-Württemberg werden 148 Filialen betrieben, davon allein 95 in München. Acht weitere Filialen befinden sich in Berlin. Darüber hinaus werden die Backwaren über ca. 700 Einzelhändler und einen Paketversand vertrieben.

Grundstein für den Unternehmenserfolg war vor über 25 Jahren die Entscheidung Siegfried Stockers, auf ökologische Wirtschaftsweise umzustellen. Auch langfristige Partnerschaften mit Landwirten des anerkannt ökologischen Landbaus gehörten früh zur Unternehmensstrategie. Dies war zunächst ein schwieriges Unterfangen, da erst Landwirte gewonnen werden mussten, die daran interessiert waren, vom konventionellen Getreideanbau auf den anerkannt ökologischen Landbau umzustellen.

Gemeinsam mit dem Naturland-Verband gelang es, dass heute rund 600 Öko-Landwirte für die Hofpfisterei eine Anbaufläche von ca. 3.035 Hektar mit Getreide nach den Richtlinien des anerkannt ökologischen Landbaus von Naturland bewirtschaften. Die Hofpfisterei selbst ist zudem nach EG-Öko-Verordnung zertifiziert.

## Integriertes Umwelt- und Nachhaltigkeitskonzept

In der Hofpfisterei lebt man Nachhaltigkeit als "integriertes Konzept", das alle zum Produktlebensweg gehörigen Stufen umfasst, angefangen bei der Rohstofferzeugung und -aufbereitung, über die Produktion und den Transport bis hin zum Verbraucher.

Das Engagement der Hofpfisterei bezieht sich nicht allein auf die ökologische Qualität der Rohstoffe, sondern auch auf eine umweltbewusste Unternehmensführung der Unternehmensgruppe, insbesondere eine kontinuierliche Optimierung der Umweltaspekte, wie z. B. effiziente Energienutzung, Abfallvermeidung sowie die Reduzierung von Treibhausgasemissionen.

Um Verbesserungspotenziale aufzuspüren, setzt die Hofpfisterei auf regelmäßige interne und externe Audits des Betriebs: 1991 wurde die erste Produkt-Ökobilanz erstellt und veröffentlicht, 1993 ein systematisches Umweltcontrolling eingeführt und 1998 dann ein Umweltmanagementsystem auf Basis des EU-EMAS Standards aufgebaut. Seitdem werden alle Umweltmaßnahmen und -ziele einem jährlichen Prüfungszyklus unterzogen.







Beim Walzenstuhl wird das Getreide mittels zweier, gegeneinander laufender Stahlwalzen schonend zerkleinert.

"Unser Unternehmensziel ist es, Bäckern ein Partner für natürliches Backen zu sein. Unser Nachhaltigkeitsansatz ist ganzheitlich und berücksichtigt die gesamte Erzeugungs- und Verarbeitungskette – vom Acker bis zur Ladentheke. Hierbei wird unsere Rolle als Mittlerin zwischen Landwirtschaft und Produktion immer wesentlicher. Unsere Erfahrung und Überzeugung lehrt uns: ökologische Unternehmensführung ist wirtschaftlich. Weil wir diesen Grundsatz leben, stimmt bei uns die ökonomische und ökologische Bilanz."

Michael Hiestand, Vorstand Meyermühle Landshuter Kunstmühle C. A. Meyer's Nachf. AG

Individuelle Produkte mit Persönlichkeit zu verkaufen, ist unser Motto.

Michael Hiestand





Seit nahezu 30 Jahren verarbeitet die Meyermühle in Landshut Bio-Getreide. 2010 waren es ca. 21.000 t. Sie vertreibt Bio-Mehle, Bio-Backmischungen und Bio-Backzutaten in Deutschland mit Schwerpunkt Bayern und dem angrenzenden Ausland. Das Getreide für das Premium-Mehl etwa stammt zu 100 % von Bio-Verbandsbetrieben und wird - wenn dies erntebedinat möglich ist – zu mindestens 80 % regional aus Bayern bezogen. Die Landwirte erhalten bei der Mevermühle Ein-Jahres-Verträge, was ihnen eine sichere Existenzgrundlage bietet und konventionelle Landwirte motiviert, mit Unterstützung der Mühle auf ökologische Landwirtschaft umzustellen.

Auch die Meyermühle kann als Pionier in Sachen Umweltmanagement gelten. 1996 führte sie erstmalig ein EU-Öko-Audit durch. Die Meyermühle wurde als erste Mühle Deutschlands sowohl mit dem EMAS-Standard zertifiziert als auch 2010 mit dem Umweltzertifikat für CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion ausgezeichnet.





## ... Für eine lebenswerte

## Umwelt unserer Kinder . . .



Die CO.-neutrale Betriebsführung gelingt durch die Kombination mehrerer Aspekte: Neben der Einsparung von Energie durch ein intelligentes Energiemanagement nutzt man zudem den angrenzenden Hammerbach. Durch das Umwandeln der Wasserkraft gelingt es. ein Drittel der benötigten elektrischen Energie selbst zu erzeugen. Sogar eine eigens gebaute Fischtreppe gehört zum Nachhaltigkeitskonzept. Die beim Betrieb der modernen Wasserturbine entstehende Abwärme wird zur Unterstützung der Raumheizung genutzt. Der restliche Strombedarf wird durch Zukauf von klimaneutralem Strom aus Wasserkraft gedeckt.

Michael Hiestand. Vorstand der Mevermühle, empfiehlt Handwerksbäckern: "Die Industrie arbeitet rationeller als Handwerksbäcker. Es ist notwendig, den Qualitätsbegriff neu zu definieren. Handwerklich orientierte Bäckereien sollten sich mit individuellen Bio-Backwaren und einem guten Vermarktungskonzept von der Masse der anonymen Backprodukte abheben. Nur so gelingt es, den Preis in den Hintergrund treten zu lassen. Idealerweise spürt der Kunde, dass ein Mensch mit Begeisterung und Überzeugung hinter den Produkten steht. Individuelle Bio-Produkte mit Persönlichkeit zu verkaufen, ist unser Motto."

#### Was uns noch am Herzen liegt

#### Transparenz gegenüber Kunden

Die Kunden finden die Zutaten aller Pfister Öko-Natursauerteigbrote, der Öko-Backwaren und der ökologischen Wurstspezialitäten der Öko-Metzgerei Landfrau in den Sortimentsprospekten. Zudem wurde ein Kundenecho-System eingerichtet, das den direkten Kontakt zum Unternehmen ermöglicht.

#### Mitarbeiter

Die Einbeziehung in Entscheidungen, regelmäßige Schulungen und ein umfassendes Gesundheitsmanagement charakterisieren die Personalpolitik. Eine über dem Branchendurchschnitt liegende Entlohnung spricht für faire Partnerschaft.

Eine Betriebszugehörigkeit von 10, 20 oder gar 30 Jahren ist keine Seltenheit in der Hofpfisterei. Die Übernahmequote bei Auszubildenden im Bäckereiverkauf liegt knapp unter 100 %. Teilzeit- und Altersteilzeitmodelle sowie Home Offices gehören mit zum Arbeitszeitmodell. Das betriebliche Vorschlagswesen bietet Möglichkeiten, sich mit eigenen Ideen ins Unternehmen einzubringen.



#### Eine offene Kommunikation mit interessierten Kreisen

Die Hofpfisterei sucht den Austausch mit wissenschaftlichen Institutionen und der Öffentlichkeit. Ein Schwerpunkt ihrer Aktivitäten liegt in der Umweltbildung.

So wurden z. B. folgende Projekte initiiert:

- Organisation von Ausstellungen gemeinsam mit Münchener Museen zur Umweltbildung von Kindern.
- Bereitstellung von Bio-Brotboxen für ca. 25.000 Erstklässler jedes Jahr.
- Jugendfilmwettbewerb zum Thema Natur.
- Projekte zum Erhalt der Biodiversität,
  z. B. das Anlegen von rund 630 Lerchenfenstern zum Schutz der Feldlerche in
  Kooperation mit dem Naturland-Verband
  und unseren Ökobauern sowie dem
  Landesbund für Vogelschutz.

## Das hat es uns gebracht

- Als Ökopionier wird uns ein großes Verbrauchervertrauen entgegengebracht.
   Dieses bestärkt uns in unserem täglichen Tun, unsere Unternehmen im Sinne der Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln.
   Als erstes Unternehmen bekam die Hofpfisterei für ihr ökologisches und soziales Engagement in diesem Jahr die Naturland-Zertifizierung "Faire Partnerschaft" verliehen.
- Einsparung von ca. 4.782 t CO<sub>2</sub> pro Jahr durch die Umstellung auf Ökostrom aus 100 % Wasserkraft.
- Pfister Ökobrote werden in jedem dritten Privathaushalt in München verzehrt.

## Weitere Ziele für die Zukunft

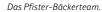
- Durch Einbeziehung der Landwirtschaft sollen die Treibhausgasemissionen über die eigenen betrieblichen Aktivitäten hinaus erfasst werden. Hierzu nehmen 20 Naturland-Landwirte an einem Forschungsprojekt der TUM-Weihenstephan teil.
- Gleichzeitig unterstützen die Hofpfisterei und die Meyermühle gemeinsam mit dem Naturland-Verband die Landwirte bei Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung bei Saatgut und Anbau.
- Weitere Gewinnung von Umstellungsbetrieben.
- Weiterhin gesund wachsen.

"Übergeordnetes Ziel ist es, unsere Umwelt so wenig wie möglich durch unser Handeln zu belasten, unsere Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und Partner für eine umweltgerechte Arbeits- und Wirtschaftsweise zu gewinnen und für eine lebenswerte Umwelt unserer Kinder zu arbeiten."

## Wozu Wir Ihnen raten:

Stehen Sie mit Überzeugung und Begeisterung hinter Ihren Produkten und heben Sie sich durch erstklassige Beratung hervor.









#### Bäckerei Kanne GmbH & Co. KG

Wilhelm Karl Kanne Im Geistwinkel 40 44534 Lünen Tel.: 02306 756600 info@baeckerei-kanne.de www.baeckerei-kanne.de

Firmengründung: 1904

**Gesamtzahl Beschäftigte:** 330 Mitarbeiter, 95 Auszubildende

Management:

Wilhelm Karl Kanne (Inhaber)

Anzahl Filialen: 29 Filialen

Produktionsstandort: Lünen

Absatzgebiet:

Lünen, Werne, Waltrop, Dortmund, Lüdinghausen, bundesweiter Online-Shop

Spezialitäten:

Brot mit hauseigenem Natursauerteig, "Kanne Brottrunk", Partyservice

Sortiment:

Angebot an regionalen Bio-Backwaren und regionalen, konventionellen Backwaren, insgesamt 150 verschiedene Produkte

Zertifizierungen:

Bio-Zertifikat, Kanne Reinheitsgebot

Partner- und Mitgliedschaften: Fördermitglied bei der Interessengemeinschaft für gemeinnützig gesunde Lebensmittel e.V., Mitglied beim Zentrum nachhaltige Unternehmensführung (ZNU)

Auszeichnungen: B.A.U.M Umweltpreis

#### Die Bäckerei Kanne zum Thema Nachhaltigkeit

"Unsere Unternehmensphilosophie beinhaltet ganzheitliches ökologisches Denken und Handeln zum Schutz natürlicher Ressourcen. Der Mensch hat nur in einer gesunden Umwelt die Chance, langfristig zu überleben. Wir setzen alles Mögliche daran, diese Umwelt zu verbessern und sie dadurch auch künftigen Generationen zu erhalten."

Wilhelm Karl Kanne, Inhaber Bäckerei Kanne GmbH & Co. KG

#### Was wir tun

Die Bäckerei Kanne mit Sitz in Lünen und 29 Filialen in der Region wird in vierter Generation von Wilhelm Karl Kanne geführt, Sein Vater, Wilhelm Kanne sen., wird als Pionier im Nachhaltigkeitsmanagement in der Backbranche bezeichnet und hat sich mit dem Thema Ökologie und Umweltschutz sein ganzes Leben lang intensiv auseinandergesetzt. Seit über 40 Jahren engagiert sich das Familienunternehmen ganzheitlich mit ökologischem Denken und Handeln für den Schutz natürlicher Ressourcen. Die enge Zusammenarbeit mit dem Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten/Herdecke stellt sicher, dass das Unternehmen frühzeitig alle nachhaltigen Innovationen in das Konzept mit einfließen lassen kann.



Soziale und ökonomische Nachhaltigkeit wird ebenfalls im Unternehmen gelebt. Die Bäckerei setzt z. B. seit ihrer Gründung ganz bewusst auf die Ausbildung junger Menschen und ist mit 95 Auszubildenden einer der größten Ausbildungsbetriebe im Gebiet Lünen.

"Die allgemeinen Herausforderungen im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung sieht die Bäckerei Kanne in Energieeinsparungen, der Produktion von erneuerbaren Energien, Regionalität, Rationalität beim Handeln und der Herstellung von biologischen und natürlichen Produkten", so Bäckermeister Kanne. Die Bäckerei führt regelmäßig einen Nachhaltigkeitscheck im Unternehmen durch, um den aktuellen Status und Optimierungsmöglichkeiten auf zuzeigen. Ein großer Diskussionspunkt aus Sicht von Wilhelm Karl Kanne ist die Frage, wo Nachhaltigkeit überhaupt anfängt, wann ein Unternehmen davon sprechen kann, dass es nachhaltig arbeitet, und was man dafür tun muss, damit die Maßnahmen nach außen auch glaubhaft sind.

#### **Nutzung regenerativer Energien**

Das Familienunternehmen leistet Pionierarbeit bei der Nutzung von regenerativen Energien. Eine Photovoltaikanlage mit 125 kW auf dem Dach produziert eigenen Strom ebenso wie das Windrad auf dem Firmengelände mit 800 kW. Regenerative Energien werden somit dort produziert, wo sie auch verbraucht werden.

Zur weiteren Begrenzung des Ressourcenund Energieverbrauchs im Unternehmen wird das Licht in den Produktionsräumen über Bewegungssensoren gesteuert. Die Abwärme aus den Schwadendämpfen der Öfen werden über Schwadenkondensatoren zur Warmwasserbereitung der Spülmaschinen genutzt. Gleiches gilt für die Abwärme der Ölheizung und des Ölbrenners, die durch Rauchgaskondensatoren zur Warmwasserbereitung verwendet wird.

Ein Energieüberwachungssystem stellt sicher, dass nicht genutzte Anlagen im Bedarfsfall in der Leistung gedrosselt werden. Bei Renovierungen und Neueröffnungen werden alle Filialen mit Energiesparund LED-Lampen ausgestattet.

2004 wurde das Ofensystem zum Großteil auf Elektroöfen umgestellt, wodurch erhebliche Mengen an Heizöl eingespart werden konnten und somit der CO<sub>2</sub>-Ausstoß verringert wurde. Die Energieoptimierung der Ladenbacköfen findet darüber hinaus durch eine zeitliche Steuerung statt. Das heißt, wenn einzelne Öfen nicht benötigt werden, schalten sie automatisch ab.

Regenwasser von befestigten Flächen und Dächern fließt nicht in die Kanalisation, sondern wird bei der Bäckerei Kanne in Teichen und Biotopen gesammelt, anschließend über Kies- und Schilfbetten gereinigt und zur Bewässerung der Bio-Gärtnerei verwendet. Auf beiden Firmengeländen sind über 10.500 m² Teichanlagen und Biotope angelegt, die einen natürlichen Lebensraum für Wasservögel und andere Tiere bieten. Obstbäume, Hecken und Sträucher umrunden das Firmengelände. Teilweise sind die Dächer begrünt. Auf den Ackerflächen betreibt das Familienunternehmen



mit dem "Kanne Brottrunk" Forschung in den Bereichen nachhaltige, ökologische Landwirtschaft sowie ökologische Schädlingsbekämpfung in der Landwirtschaft. Der "Kanne Brottrunk" stärkt z. B. Pflanzen gegen Schädlinge und regeneriert Böden. Die Bio-Gärtnerei fungiert gleichzeitig





Das Bio-Getreide für den Tiroler Steinmühlenstuten wird auf einer original Tiroler Steinmühle gemahlen.

als Versuchsgärtnerei, in der die Wirkung der rein biologischen Pflanzenpflegemittel der Firma Kanne an Gemüse, Wein, Kräutern und Blumen untersucht wird.

Regionalität gehört mit zur Unternehmensstrategie. Das Familienunternehmen begrenzt den Expansionsradius der Filialen auf 25 km, um kurze Wege zu haben. Damit ist ein geringer Treibstoffverbrauch zu realisieren.

#### Was uns noch am Herzen liegt

#### Einkauf

- Großer Anteil an Bio-Rohstoffen.
- Bio-Getreide wird überwiegend bei regionalen Landwirten, die nach der Kanne-Anbaumethode arbeiten, gekauft. Das bedeutet, dass die Landwirte nach den Vorschriften des Öko-Landbaus wirtschaften, unter Einsatz von Produkten der landwirtschaftlichen Sparte der Fa. Kanne Brottrunk. Zum Beispiel mit flüssigem Fermentgetreide zur Kompostierung oder zur Bodenverbesserung.
- Reinigungsmittel sind biologisch abbaubar.

#### Nachhaltige Produktgestaltung

- Die Bäckerei hat ein eigenes Reinheitsgebot für ihre Backwaren entwickelt:
   Schwerpunkte sind hierbei:
- Kein Einsatz von chemischen Backmitteln und Emulgatoren für Brot und Brötchen.
- Verzicht auf Fertigmischungen und Fertigmehle.
- Verzicht auf chemische Geschmacksverstärker.
- Verzicht auf Analog- und Austauschprodukte.
- Ausschließliche Verwendung von Natursalz ohne Rieselmittel.
- Einsatz von belebtem Wasser für Teige und Massen.
- Einsatz von Natursauerteig.
- Verzicht auf Frischhaltemittel.

- Mit über 150 Produkten beliefert die Bäckerei täglich ihre Filialen. Das Angebot setzt sich aus regionalen Bio-Backwaren und konventionellen Backwaren zusammen.
- Das Brot wird mit eigenem Natursauerteig gebacken. Die Bio-Vollkornbrote und Bio-Vollkornbrötchen werden mit biologischem Getreide von Bio-Bauern aus der Region gebacken.
- Retouren werden in der hauseigenen Tierfutterproduktion verarbeitet, somit fallen kaum "Abfälle" an.

#### Soziales

- Förderung von Jugendlichen durch Ausbildungsstellen (derzeit über 95 Auszubildende im Unternehmen).
- Häufige Übernahme von Auszubildenden, um den Nachwuchs aus den eigenen Reihen heranzuziehen.
- Tarifgebundenheit.
- Engagement und Sponsoring in kulturellen, sozialen und Umweltbereichen (z. B. Pflanzung von Obstbäumen in Lünen).
- Förderung junger Menschen mit Migrationshintergrund und mit schwachen Schulabschlüssen.
- Zusammenarbeit mit den Tafeln Werne und Gahmen.
- Betriebsführungen, speziell für Schulklassen und Kunden, um ihnen das Thema Nachhaltigkeit näher zu bringen.

## Das hat es uns gebracht

- Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes und somit Verminderung des Verbrauchs an fossilen Brennstoffen durch regenerative Energien.
- Einsparungen durch das Energierückgewinnungs- und Verminderungs-Konzept in den Filialen und der Produktion.
- Positive Auswirkung auf den Fachkräftemangel.



## Weitere Ziele für die Zukunft

- Fuhrparkumstellung auf umweltfreundliche Treibstoffe.
- Verbesserung des Fuhrparkmanagements, d. h. Fahrertraining für eine umweltschonende Fahrweise und regelmäßige Überprüfung der Routenplanung zur Vermeidung unnötiger Fahrten.
- Erweiterung der Photovoltaikanlage auf dem Betriebsgelände in Bork.
- Planung eines zweiten Windrads auf dem Betriebsgelände, evtl. in Verbindung mit einem Energiezusammenschluss der benachbarten Firmen, so dass die Energie komplett vor Ort verbraucht werden kann.
- Intensivere Schulung des Verkaufspersonals in Bezug auf Nachhaltigkeit.
- Energiesparpotenziale und Wärmerückgewinnung bei den Druckluftkompressoren.
- Ausbildung einiger Mitarbeiter zum Nachhaltigkeitsmanager.
- Zertifizierung der Nachhaltigkeit des Unternehmens durch das Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung von der Universität Witten/Herdecke.

## Mozu Wir Ihnen raten:

- Jedes Unternehmen sollte sich ganzheitlich mit dem Thema Nachhaltigkeitsmanagement auseinandersetzen.
- Wichtig ist, dass jeder Betrieb etwas für den Umweltschutz tut. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich hierbei um kleine oder große Maßnahmen handelt.

Das Windrad auf dem Firmengelände produziert im Jahr ca. 730.000 kWh.



#### Effenberger Vollkornbäckerei

Thomas Effenberger Rutschbahn 18 20146 Hamburg Tel.: 040 455445 info@effenberger-vollkornbaeckerei.de www.effenberger-vollkornbaeckerei.de

Firmengründung: 1986

Gesamtzahl Beschäftigte:

18 Vollzeit-Angestellte, davon 7 Auszubildende, 3 Meister und 4 Betriebswirte des Handwerks

Management:

Thomas Effenberger (Inhaber)

Anzahl Filialen: 6

**Produktionsstandort:** Hamburg

Absatzgebiet:

Lokales Umfeld, überwiegend Privatkunden

Spezialitäten:

100 % Vollkorn, 100 % Bio. Einsatz von Vorteigen, kein Hefeeinsatz

Sortiment:

Angebot an regionalen Bio-Backwaren

Zertifizierungen:

QuB. Bio-zertifiziert nach EU-BioVO

Partner- und Mitgliedschaften:

Prüfungsausschuss Gesellen und Meister, Kooperation Bäckerei BACKLAND und den Filialen von Springer Bio Backwerk, Bioland-Verband für organischenbiologischen Landbau, Vorstand Betriebswirte des Handwerks

Auszeichnungen:

www.effenberger-vollkornbaeckerei.de/ seiten/auszeichnungen.php

#### Die Effenberger Vollkornbäckerei zum Thema Nachhaltigkeit

"Wir machen Brot mit Konseauenz seit 25 Jahren aus 100 % Vollkorn und 100 % bio. Unser Getreide, das vor der Teigbereitung frisch gemahlen wird, beziehen wir wöchentlich von uns persönlich bekannten Bio-Bauern der Region. Unser Brot wird nach alter Väter Art aus dem vollen Korn, Sauerteig, Wasser und Meersalz gebacken – ohne jegliche chemische Hilfsmittel. Für ein gutes Brot braucht es Begeisterung, Sensibilität und viel Zeit. Nachhaltigkeit, Gesundheit, Bio und Verantwortung bezeichnen unsere Unternehmensphilosophie."

Thomas Effenberger, Inhaber der Effenberger Vollkornbäckerei

#### Was wir tun

Die Effenberger Vollkornbäckerei mit Sitz im Grindelviertel in Hamburg ist eine Bäckerei, die sich den Traditionen des klassischen Bäckerhandwerks verpflichtet fühlt und Fördermitglied von "Slow Food" ist. Etwa 10.000 Brote backt Effenberger wöchentlich und beliefert damit sieben eigene Filialen, seinen Wochenmarktstand und mehrere Wiederverkäufer in der Hansestadt.

Thomas Effenberger hat sich konsequent auf Vollkorn-Backwaren spezialisiert. Der überzeugte Bio-Bäcker verarbeitet in seiner Bäckerei ausschließlich selbst gemahlenes volles Korn, das vor



der Teigbearbeitung in eigenen Mühlen mit Steinmahlwerk gemahlen wurde. Seine Lieferanten, alles Bio-Bauern aus der Region, kennt er persönlich.

Mit seinen Broten erzielt er etwa 80 % des Gesamtumsatzes. Beim Backen verzichtet er auf Backhilfsmittel wie Ascorbinsäure. Diacetvlweinsäureester. Emulgatoren, Malzzucker, Säuerungsmittel etc. Teigführungen dauern bis zu 27 Stunden. Verantwortungsvolles, nachhaltiges Handeln ist in der Effenberger Vollkornbäckerei Überzeugungssache und das Engagement für Gesundheit und Genuss Lebenseinstellung, "Jeder Handwerksbäcker sollte sich auf seinen gesellschaftlichen Auftrag konzentrieren und frische, einmalige Backwaren herstellen. Dabei sollte auf Frosten und Zusatzstoffe verzichtet werden."

Die Bäckerei ist Mitglied im Qualitätsverbund umwelthewusster Betriebe nach dessen Anforderungen das Umwelt-Managementsystem im Unternehmen zertifiziert wird. Das System unterstützt die systematische Erfassung und Reduzierung der Umweltauswirkungen in der Produktion ebenso wie die regelmäßige Schulung und Einbeziehung der Mitarbeiter zur Verbesserung der Umweltleis-

Die größte Chance für das Bäckereihandwerk sieht der studierte Land- und Betriebswirt des Handwerks Effenberger im Mut zur Individualität. "Brot kann jeder überall kaufen. Spezialitäten jedoch wie Backwaren, hergestellt aus reinen Naturprodukten, heben sich von der Masse ab



und werden von den Kunden bevorzugt eingekauft." Neben seiner Tätigkeit als Inhaber der Effenberger Vollkornbäckerei ist der Bäckermeister auch ausgebildeter Brot-Prüfer für die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG). Er hat sich 2004 bewusst dafür entschieden, das Wachstum seiner Bäckereien zu begrenzen und beschäftigt heute mit 18 Vollzeit-Angestellten zwei Mitarbeiter weniger.

#### Wärmerückgewinnung und Gebäudeoptimierung

"Vorausschauend investieren lohnt sich besonders im Energiebereich, egal ob mit Energieeinsparungen durch Isolierung, Wärmerückgewinnung oder LED-Beleuchtung." Thomas Effenberger folgt dieser Maxime mit großer Konseguenz.

2006 hat er beispielsweise ein Wärmerückgewinnungssystem für seine Bäckerei konzipiert. In drei großen, eigens konstruierten Speichern im Keller werden 22.000 I Wasser durch Schwadenkondensation auf 40-50°C erhitzt, die anschließend für Raumheizung und Warmwasser zur Verfügung stehen. Werden höhere Temperaturen benötigt, heizt ein 2.800 | Wasserspeicher über einen Wärmeaustauscher zu. Der Wasserspeicher wird durch einen Rauchgaswärmetauscher gespeist. Durch die Abwärmenutzung wird das gesamte Gebäude, bestehend aus Produktion, Büro sowie sechs Wohnungen, zu fast 100 % mit eigener Wärme für Heizung und Warmwasser versorgt.



Ergänzend sorgen weitere Wärmedämmungsmaßnahmen sowie eine Photovoltaikanlage zur Stromerzeugung für noch mehr Energieeffizienz.

Die Ladeneinrichtung in seinen Filialen ist auf eine Nutzungsdauer von 30 bis 40 Jahren ausgelegt. Jeder Laden ist stilistisch ähnlich und wurde mit Hilfe eines Schreiners gebaut, der mit langlebigen Materialien wie Granit, Vollholz und Edelstahl gearbeitet hat.



Effenberger Roggenbrot aus 100 % Vollkorn.

#### Was uns noch am Herzen liegt

#### Mitarbeiter

Ungewöhnliche Wege geht die Bäckerei bei der Personalführung. Gestalterische Freiheit, eigenverantwortliches Handeln und die Ausbildung zu Generalisten charakterisieren das Arbeitsplatzprofil.

"Jeder Mitarbeiter der Bäckerei macht alles." Vom Auszubildenden bis zum Meister übernehmen die Mitarbeiter alle Tätigkeiten, von der Teigherstellung bis hin zum Verkauf im Wechsel. Ihre Arbeit organisieren sie selbstständig im Team. Die Kalkulation für die Ware erstellt z. B. das Verkaufspersonal. So haben sich die Retouren bei unter 3 % eingespielt.

Grundlegende Sensibilität für Nachhaltigkeit ist Einstellungsvoraussetzung in der Effenberger Vollkornbäckerei.

Und das Konzept geht auf: Ein gutes Arbeitsklima und eine sehr niedrige Quote an Fehltagen zeigt, dass sich Vertrauen in die Mitarbeiter auszahlt.

#### Qualifizierter Nachwuchs für das Handwerk gesucht

Mit dem Modell "Bäcker-Start-up", das er zurzeit gemeinsam mit der staatlichen Gewerbeschule für Ernährung und Hauswirtschaft und der Bäckerinnung erarbeitet, engagiert sich Effenberger in der Nachwuchsförderung. Hierbei wird ein Angebot für schulpflichtige Jugendliche ohne Ausbildungsplatz und ohne hinreichende Ausbildungsreife erarbeitet, die Interesse an einer Ausbildung im Bäckereihandwerk haben. Ziele des Förderkonzepts sind der Erwerb von ausbildungsrelevanten Kompetenzen für eine Berufsausbildung im Bäckerhandwerk sowie die Auswahl geeigneter Bewerber.

Abiturienten werden durch das bereits umgesetzte Modell der "Turboklasse" für das Bäckerhandwerk angesprochen. Eine Ausbildung zum Fachverkäufer, Konditor oder Bäcker kann hier in zwei anstatt in drei Jahren abgeschlossen werden. Das Konzept richtet sich an zukünftige, potenzielle Betriebsleiter, die für das Bäckerhandwerk begeistert werden sollen.

#### Deutschlands erste Dinkelbäckerei

Viele Mitarbeiter haben sich nach ihrer Ausbildung in der Effenberger Vollkornbäckerei selbstständig gemacht. So auch Jens Gottschalk, der 2002 gemeinsam mit seinem ehemaligen Arbeitgeber Thomas Effenberger die erste 100 %-ige Dinkelbäckerei Deutschlands am Hamburger Bahnhof Dammtor eröffnet hat. Neben der Spezialisierung auf Dinkel ist die gläserne Backstube die Besonderheit der Bäckerei. Hier können die Kunden Herstel-

# Ein gutes Brot braucht Begeisterung. Thomas Effenberger



lung und Backprozess der Dinkel-Backwaren live verfolgen. Verwendet werden, wie in den Effenberger Filialen, ausschließlich ökologische Rohstoffe.

#### Weitere Aktivitäten

• Unterstützung der Kampagne "Terre des hommes". Das Proiekt setzt sich weltweit für ökologische Kinderrechte ein. Die Bäckerei unterstützt die Kampagne mit einem extra kreierten Brot "Terre des hommes" und spendet dem Verein 0,80 Euro jedes verkauften

Das "Terre des hommes"-Brot ist eine Art "Kuchen-Brot". Zutaten sind Weizen. Rosinen, Butter, Honig, Mandeln, Weizenfermentation, Meersalz und Zitrone aus ökologischem Anbau.

- Bewirtschaftung eines Forstbetriebs.
- Jeden letzten Samstag im Monat können Interessierte bei einer Betriebsführung Einblicke in die Produktion der Effenberger Vollkornbäckerei bekommen.
- Initiierung "Grindel goes green", einer regionalen Zusammenarbeit mit den Läden im Grindelviertel unter dem Motto "Ökologie und Nachhaltigkeit".



#### Das hat es uns gebracht

- Geringer Energieverbrauch mit 330.000 KWh pro Jahr, d. h. 2/3 weniger als vergleichbare Bäckereien.
- CO<sub>a</sub>-Entlastung von ca. 200.000 kg pro Jahr.
- Gesamtenergieverbrauch je Getreideeinkauf: 93 kWh pro 100 kg.
- Müllaufkommen weniger als 5 % im Vergleich zu einer normalen Bäckerei (80 | pro Woche).
- Unter 3 % Retouren. Die Kalkulation für die Ware erstellt das Ladenpersonal.
- Insgesamt 54.000 Euro Einsparungen pro Jahr.

Persönliches Fazit: "Bei uns bekommen Sie Kunstwerke zum Brotpreis. Wir machen keine Geschäfte, sondern pflegen Beziehungen, und das macht Spaß."

#### Weitere Ziele für die Zukunft

- Berechnung des CO<sub>a</sub>-Fußabdrucks für die Produkte.
- Einführen von LED-Beleuchtungstechnik für den kompletten Betrieb.
- Fuhrpark auf Elektro-Fahrzeuge umstellen.
- Internes Schulungszentrum ab 2011.

1. Preis im Wettbewerb um den 13. SIGNAL IDUNA-Umwelt- und Gesundheitspreis der Handelskammer Hambura, 2007

- Nachhaltigkeitsmanagement in die Berufsausbildung mit einbeziehen. Motto: Nachhaltigkeit, Gesundheit, Verantwortung.
- Gleich backen, nicht frosten. Das spart Energie und Arbeitszeit.
- Energiesparen ist aktiver Umweltschutz, und Investitionen in diesem Bereich lohnen sich.
- Mit einem Wärmerückgewinnungssystem an den Backöfen kann sehr viel Energie für Heizung und Wasser eingespart werden.
- Strom aus regenerativen Energien beziehen.
- Errichtung einer Photovoltaikanlage.
- Keine Zertifikate erwerben, sondern konkret handeln.



## Bäckerei Konditorei Schrade GmbH & Co. KG

Andreas Schrade Leinenweberstraße 38 70567 Stuttgart-Möhringen Tel.: 0711 713641 info@baeckerei-schrade.de www.baeckerei-schrade.de

Firmengründung: 1902

Gesamtzahl Beschäftigte:

50 Mitarbeiter, davon 5 Auszubildende

Management:

Andreas Schrade (Inhaber und Geschäftsführer)

Anzahl Verkaufsstellen: 5

**Produktionsstandort:** Stuttgart

Absatzgebiet:

regional, d. h. südliche Vororte von Stuttgart

Spezialitäten:

Bioland-Sortiment, Laugenbrezeln, Konditoreiprodukte, "Bio-Johann": helles Brötchen, das den ganzen Tag über frisch gebacken wird, "Springerle": traditionelles Weihnachtsgebäck der Schwaben

Sortiment:

Brötchen, Brote, feine Backwaren, Kuchen, Torten, süße Stückchen bis hin zu Pralinen aus eigener Herstellung, Snacks

Zertifizierungen:

Bioland, EU Bio-Zertifizierung

Auszeichnungen:

Gold-Auszeichnung vom Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V. für ausgewählte Brote

## Die Bäckerei Konditorei Schrade zum Thema Nachhaltigkeit

"Unsere Kunden sind der Mittelpunkt unserer Bemühungen in Produktion und Verkauf. Qualität, Vielfalt und Frische gehören seit über 100 Jahren zu unseren Stärken. Wir sind kein Tütenbäcker, der nicht weiß, was in seinen Produkten steckt. Unser Team arbeitet mit traditionellen Herstellungsverfahren, Qualitätsehrgeiz und eigenen Rezepturen. Bei der Auswahl hochwertiger Rohstoffe kennen wir keine Kompromisse. Dem Gesundheits- und Ernährungsbewusstsein der Kunden tragen wir damit Rechnung. Wir verkaufen gute Produkte mit gutem Gewissen und stehen voll dahinter."

Andreas Schrade, Inhaber und Geschäftsführer der Bäckerei Schrade





#### Was wir tun

Als Familienbetrieb in vierter Generation bietet die Bäckerei und Konditorei Schrade aus dem Schwabenland ihren Kunden in fünf Filialen ein breites Sortiment an. "Mehr als 40 Brotvarianten pro Woche und über 20 Sorten Brötchen, Brezeln und anderes Kleingebäck bringen grenzenlose Vielfalt auf den Tisch unserer Kunden", so Dipl.-Betriebswirt, Bäckermeister und Konditor Schrade. Insgesamt setzt sich das Angebot zu 60 % aus Brot und Brötchen und zu 40 % aus Konditoreiprodukten mit Snacks zusammen. Es umfasst Bio- und konventionelle Produkte.

Mit zwei Ärzten in der Familie ist man bei den Schrades für Gesundheitsfragen sensibilisiert. Angesichts zunehmender Allergien und Unverträglichkeiten ist traditionelles Backen ohne Chemie für Andreas Schrade ein wichtiges Anliegen. "Im Brotbereich ist Backen ohne chemische Zusätze sehr gut möglich. Im Kleingebäckbereich gibt es bei manchen Produkten noch Einschränkungen. Jedoch sollte hier die Zugabe auf ein Minimum beschränkt bleiben", lautet sein Fazit.

Im Jahr 2006 ist die Bäckerei in das Bio-Backen eingestiegen und produziert seitdem einen steigenden Anteil des Sortiments nach Bioland-Richtlinien. Bei Brot und Brötchen haben die Bioland-Produkte derzeit einen Sortimentsanteil von 50 %. Jedes neue Produkt, welches in das Sortiment aufgenommen wird, ist Bio.

Der Backbetrieb arbeitet schon seit der Firmengründung mit regionalen Landwirten zusammen und setzt ausschließlich traditionelle Herstellungsverfahren ein. "Wir haben eigentlich schon immer mit eigenen Rezepturen, biologisch gereiften Sauerteigen und ohne Fertigmischungen gearbeitet. Für uns war die Umstellung auf Bio und Bioland daher nur ein kleiner Schritt." Das Getreide für die Bio-Backwaren wird von Bioland-Landwirten aus der Region bezogen. Im Kleingebäckbereich werden auch Bio-Backmittel eingesetzt. Die kurzen Transportwege, sowohl beim Getreideeinkauf als auch bei der Belieferung der eigenen Filialen, halten die Kosten in Grenzen, so dass der Preis für die Bioland-Backwaren nicht teurer ist als die Produkte anderer

## Kinder für das Bäckerhandwerk begeistern

Die Bäckerei Schrade ist in der Region auch für ihr Engagement rund um den Nachwuchs bekannt. Die Mitarbeiter achten darauf. Kinder als Kunden ernst zu nehmen. Ebenso werden Führungen durch die Bäckerei (inklusive Brezeln backen) für Kindergartengruppen und Schulklassen angeboten sowie Eltern-Kind-Aktionen durchgeführt. Die Arbeit mit den Kindern macht Andreas Schrade Spaß, und er freut sich, wenn Kinder in den Laden kommen und rufen "Wir waren auch schon bei Euch in der Backstube!" Selbst bei der Lehrlingsbörse der örtlichen Hauptschule trifft er noch Jugendliche, die sich nach Jahren gerne an die Führungen durch seine Bäckerei erinnern.

#### Vater-Kind-Backen zum Muttertag

Besonders beliebt ist das jährliche Vater-Kind-Backen zum Muttertag. Unterstützt von den Konditoren der Bäckerei Schrade können Kinder ab sechs Jahren gemeinsam mit ihren Vätern ein eigenes Muttertagstörtchen gestalten. Die Torten werden von den Kindern mit Zuckerglasur überzogen,

mum beschränkt bleiben", lautet sein Fazit. Bäckereien. den Kindern mit Zuckerglasur überzogen,









Das Vater-Kind-Backen ist für alle ein tolles Erlebnis.

beschriftet und mit unterschiedlichen Dekormaterialien verziert. Die Aktion ist ein schönes Beispiel dafür, wie saisonale Aktionen dazu beitragen können, mit den Kunden ins Gespräch zu kommen.

#### Die Kinderschublade in den Filialen

Viel genutzt werden auch die Kinderschubladen, die in jeder Filiale vorhanden sind und mit Löffelbiskuit, Vanillebrezeln und anderem Gebäck gefüllt werden. Diese Geste ist auch noch bei großen Kindern beliebt. "Jugendliche dürfen sich auch gerne aus der Schublade bedienen, zum einen weil ihre Kinder unsere Kunden von Morgen sind, zum anderen, weil uns die Arbeit mit jungen Menschen Spaß macht." Der Bäckermeister sieht in den Kinderaktionen einen Baustein für den Erfolg der Bäckerei. Neben

der Sensibilisierung der Kinder für das Bäckereihandwerk tragen die Maßnahmen zur Kundenbindung bei. Dort, wo Kinder gerne gesehen sind, kaufen auch die Eltern gerne ein. Und wer von Kindesbeinen an Brot und Brötchen von "seinem" Bäcker kennt, kann später leichter als Stammkunde gewonnen werden.

#### Was uns noch am Herzen liegt

#### Transparenz

 Produktinformationen (z. B. Inhaltsstoffe und Allergen-Hinweise) können in allen Filialen eingesehen werden. Die Verkäuferinnen werden regelmäßig entsprechend geschult.
 Motto: "Wir wissen, was drin ist!"

#### **Ehrenamtliches Engagement**

- Andreas Schrade ist Vorstand im Handels- und Gewerbeverein, im Vorstand der Bäckerinnung Stuttgart, Mitglied im Kirchengemeinderat sowie Vorsitzender des Regionalbeirats der Volksbank Stuttgart.
- Er hält Vorträge (z. T. in Kooperation mit Bioland) zum Thema "Natürlich backen" mit anschließender Brotprüfung und offener Diskussion.
- Ein weiterer Bäckermeister des Familienunternehmens ist im Meister- und Gesellenprüfungsausschuss der Innung.

#### Backen mit belebtem Wasser

Durch das Backen mit speziell aufbereitetem Wasser sollen der Backmittelverbrauch reduziert und die Teigeigenschaften verbessert werden.

#### Strom aus regenerativen Energien

 Im Januar 2010 wurde der Stromanbieter gewechselt. Seitdem wird Strom ausschließlich aus regenerativen Energiequellen wie Wind- und Wasserkraft oder Solarenergie bezogen.

#### Wärmerückgewinnung

 Die Kälteanlagen sind an eine Wärmerückgewinnung für die Warmwassererzeugung angeschlossen.

## Das hat es uns gebracht

- Einen großen Stammkundenanteil.
- Bio-Produkte schmecken besser, sind gesünder und werden von uns mit gutem Gewissen verkauft.
- Umweltschutz und Existenzsicherung für die Landwirtschaft in der Region.
- Schutz und Erhalt der Natur für unsere Kinder.
- Kein Einsatz von chemisch-synthetischen Spritz- und Düngemitteln.
- Die Umstellung auf Bio sichert die Existenz der Bäckerei, die ernährungsbewussten Kunden sind zufrieden und unsere vielen Stammkunden bleiben uns treu.

## Weitere Ziele für die Zukunft

- Photovoltaikanlage bauen.
- Mitarbeiterschulungen intensivieren.
- Bewusstsein für den Mehrwert handwerklicher Produktion und Frische bei den Kunden schärfen, z. B. durch Backkurse.
- Ausbau des Bio-Sortiments auch in der Konditorei bei gleichzeitiger rationeller Arbeitsweise.
- Fokus auf Einsparpotentiale im Energiebereich.

## Wozu Wir Ihnen raten:

So stellen Sie auf Bio um:
Trennen Sie sich von allen
Fertigmischungen und besinnen Sie sich auf ihre eigenen Rezepturen. Beginnen Sie im Brotbereich,
sammeln dort Erfahrungen
und stellen erst danach das
Kleingebäck und andere
Produkte auf Bio um.

- Gewinnen Sie Ihre Mitarbeiter für die Bio-Umstellung. Diese müssen von der Philosophie überzeugt sein und voll dahinter stehen.
- Kommunizieren Sie Ihre Beweggründe und machen Sie dem Kunden den Nutzen einer nachhaltigen Produktion deutlich, z. B. durch Infostände, Verköstigungen und intensive Werbung.
- Bio muss nicht teuer sein! Nehmen Sie dem Kunden diese Sorge und überzeugen Sie ihn vom Mehrwert der Bio-Produkte.
- Gehen Sie bei der Qualität keine Kompromisse ein. Die Zeiten sind vorbei, in denen der Kunde bei Bio-Backwaren Qualitätsabstriche (z. B. Aussehen, Lockerung etc.) akzeptiert. Vermarkten Sie die Produkte erst, wenn die Qualität 100 %-ig passt.
- Wenden Sie sich dann auch anderen Umweltthemen wie z. B. Ökostrom zu.



#### **V** Anhang

#### Finanzierungshilfen

Umweltberatungen und Umweltschutzinvestitionen der gewerblichen Wirtschaft sind Gegenstand verschiedener Förderprogramme auf Bundes- und Länderebene. Auch die Vergabe zinsgünstiger Darlehen ist möglich. Nachfolgend finden Sie eine Auswahl der Institutionen, die Förderprogramme für kleine und mittelständische Unternehmen auf Bundesebene aufgelegt haben. Viele Möglichkeiten gibt es vor allem in den Bereichen Energieeffizienz und Klimaschutz. Nutzen Sie die Beratungsmöglichkeiten und prüfen Sie, ob eines der Förderprogramme für Sie in Frage kommt:

#### Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA),

Referat 436 Frankfurter Str. 29–35, 65760 Eschborn Tel. (0 61 96) 9 08-2 26, -3 09, -3 12, -7 20 Fax (0 61 96) 9 08-5 50, www.bafa.de (Förderprogramme, Arbeits- und Antragshilfen).

#### KfW Bankengruppe,

Palmengartenstraße, 5–9 60325 Frankfurt am Main Infocenter: (0 18 01) 24 11 24 Tel. (0 69) 74 31–0 , Fax (0 69) 74 31–29 44 infocenter@kfw.de, www.kfw.de (Förderprogramm für Investitionen in erneuerbare Energien, zinsgünstige Kredite).

Landwirtschaftliche Rentenbank (LR), Hochstraße 2, 60313 Frankfurt am Main Tel. (069) 2107 392, Fax (069) 2107 6459 www.rentenbank.de (Förderprogramme speziell für die Ernährungswirtschaft).

#### Umweltbundesamt (UBA),

Wörlitzer Platz 1, 06844 Dessau Tel. (03 40) 21 03-0 Fax (03 40) 21 03-22 85 info@umweltbundesamt.de www.umweltbundesamt.de (Infoportal Arbeitshilfen und weiterführende Adressen).

Weitere Programme gibt es auf Länderebene. Erkundigen Sie sich hiernach bei den Betriebsberatern der Landes-Innungsverbände oder den Umweltberatern Ihrer Handwerkskammer. Als Ansprechpartner für eine umweltgerechte Energiewirtschaft helfen auch die Energieagenturen Ihres Bundeslandes weiter.

#### Weiterführende Links

#### Informationen und Arbeitshilfen speziell für das Bäckereihandwerk:

#### www.buda.de:

Online-Tool zur Umwelt-Daten-Analyse, in denen Sie die Daten Ihrer Bäckerei anonym mit Branchenwerten vergleichen können.

#### www.ea-nrw.de/ekbaeckereien/page.asp? TopCatID=4797&RubrikID=4797:

Online Tool der Energieagentur NRW: Hintergrundinformationen, Energiekennzahlen, Praxisbeispiele und Energiesparmaßnahmen für Bäckereien (viele Tipps für die Ofenoptimierung, Leitfäden etc.)

#### www.izu.bayern.de/baecker/?id=Home:

Internetversion des Leitfadens "Die umweltbewusste Bäckerei". Ergänzende Arbeitshilfen zu den verschiedenen Handlungsfeldern des betrieblichen Umweltschutzes finden Sie unter der Adresse: www.izu.bayern.de/ baecker/?id=kap\_08\_4

#### www.umweltschutz-bw.de/?lvl=4921: Informationsplattform des Ministeriums für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg zum betrieblichen Umweltschutz im Bäcker- und Konditor-

Allgemeine Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit

#### www.bio-siegel.de/:

handwerk

Informationen rund um Biolebensmittel und den ökologischen Landbau des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz mit vielen weiterführenden Hinweisen.

www.bmelv.de/DE/Ministerium/
Nachhaltigkeit/nachhaltigkeit\_node.html:
Internetseite des Bundesministeriums für
Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz mit den Nachhaltigkeitszielen
der Bundesregierung.

#### www.bne-portal.de/:

Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE): Bildungsprojekt der UN, vermittelt Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen nachhaltiges Denken und Handeln.

#### www.fairtrade-deutschland.de/:

Homepage der Labelvergabeorganisation Fairtrade Deutschland mit vielen Informationen rund um das Thema fairer Handel.

#### www.ideen-initiative-zukunft.de/ nachhaltigkeit/kurz-erklaert:

Nachhaltigkeit kurz für den Konsumenten erklärt.

#### www.label-online.de/:

Suchmaschine der Verbraucherinitiative e. V. mit Informationen zu über 400 Labels und Management Standards.

#### www.nachhaltig-einkaufen.de/ unternehmens-check/unternehmen/ unternehmen2:

Nachhaltigkeitscheck der Verbraucherinitiative e. V. von Unternehmen, wo sich Verbraucher über die Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen informieren können.

#### www.oekolandbau.de/:

Informationsportal der Geschäftsstelle Bundesprogramm ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN) der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung mit vielen zielgruppenorientierten Informationen und weiterführenden Hinweisen rund um das Thema Landwirtschaft.

#### www.oekolandbau.de/verarbeiter/ qualitaet/nachhaltigkeit/nachhaltigauf-ganzer-linie/:

Allgemeine Einführung in das Thema Nachhaltigkeit.

#### Literatur

Bayerisches Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz/Landesinnungsverband für das bayerische Bäckerhandwerk [Hrsg.] (2006):

Die umweltbewusste Bäckerei – Leitfaden für umweltorientiertes Handeln, München.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit [Hrsg (2007):

Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen – Von der Idee zur Praxis: Managementansätze zur Umsetzung von Corporate Social Responsibility und Corporate Sustainability, Berlin, Lüneburg.

Brundtlandkommission (1987):

Our Common Future:

Report of the World Commission on Environment and Development, Chapter 2: Towards Sustainable Development, unter: http://www. un-documents.net/ocf-02.htm, Zugriff am 01.08.2011.

Herzig, C., Rheingans-Heintze, A.,
Schaltegger, S., Tischer, M. (2003):
Auf dem Weg zu einem nachhaltigen
Unternehmertum im Handwerk –
Entwicklung eines integrierten Konzepts,
Centre for Sustainability Management
Universität Lüneburg, Lüneburg.

Klemisch, H., Rauhut, I., Rohn, H. (2005): Landkarte Kompetenzentwicklung für Nachhaltiges Wirtschaften im Handwerk, KNi PAPERS 02/05, Köln.

Nestlé Deutschland AG [Hrsg.] (2011): Nestlé Studie 2011:

So i(s)st Deutschland 2011 - Ein Spiegel der Gesellschaft, Stuttgart.

Reinhardt, G. A. (2006): Ökobilanz Brot: Fabrikbrot oder Heimbacken?
Überraschende Ergebnisse beim ökologischen Vergleich von Brot vom Supermarkt, Handwerksbäcker oder Heimbäcker, unter: http://www.ifeu.de/landwirtschaft/pdf/IFEU\_oekobilanz\_brot.pdf, Zugriff am 08.08.2011.

Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2009):
Wohlfühlen, Bio und Gesundheit:
Eine vergleichende Analyse der
Alltagsbedürfnisse von Käufersegmenten im Backwarenmarkt,
Göttingen.

Spiller, A., Zühlsdorf, A. (2008):
Bio-Backwaren in Handwerksbäckereien - Verbraucherbefragung der
Universität Göttingen zu den Einkaufsvorlieben von Bäckereikunden,
Göttingen.

Spiller, A., Zühlsdorf, A., Schaltegger, S., Petersen, H. (2007):

Nachhaltigkeitsmarketing I. Grundlagen, Herausforderungen und Strategien, Lüneburg.

Spiller, A., Zühlsdorf, A., Schaltegger, S., Petersen, H. (2007):

Nachhaltigkeitsmarketing II. Gestaltung & Einsatz der Marketing-Instrumente, Lüneburg.

Stadt Heidelberg – Amt für Umweltschutz, Energie und Gesundheitsförderung [Hrsg.] (2003):

> Heidelberger Modellprojekt im Handwerk. Umweltmanagement bei Bäckereien und Konditoren, Heidelberg.



#### Glossar

#### AOEL – Assoziation ökologischer Lebensmittel Hersteller e.V.:

Interessenverband der ökologischen Verarbeitungsunternehmen der Lebensmittelwirtschaft.

B.A.U.M. – Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management e.V.: Umweltinitiative der Wirtschaft, Informations- und Kontaktnetzwerk für Umweltmanagement und nachhaltige Entwicklung.

#### Biologischer Landbau (auch: ökologische Landwirtschaft, Ökolandbau):

Landwirtschaftliche Produktionsmethode, die auf chemisch-synthetische Dünge- und Pflanzenschutzmittel sowie auf Wachstumsförderer und Gentechnik verzichtet.

#### Biokreis, Demeter, Naturland:

Anbauverbände für den ökologischen Landbau. Demeter wirtschaftet gemäß der anthroposophischen Prinzipien biologischdynamischer Produktion.

#### Biolebensmittel:

Lebensmittel aus ökologischer Landwirtschaft. Der Begriff ist in der EU gesetzlich definiert. Die EG-Öko-Verordnung regelt genau, wann sich ein Lebensmittel "Bio" oder "Öko" nennen darf. Nur Produkte, die nach den Richtlinien der Verordnung erzeugt, verarbeitet und kontrolliert werden. dürfen als Bio- oder Öko-Ware gekennzeichnet werden. Gekennzeichnet werden Bio-Lebensmittel in Deutschland verpflichtend durch Angabe der zuständigen Öko-Kontrollstelle, zusätzlich fast immer durch ein Bio-Siegel und häufig durch die Aufschrift aus kontrolliert biologischem Anbau, abgekürzt kbA. International ist die englische Bezeichnung "organic" üblich.

**Bio-Siegel (auch: Label, Logo, Zeichen):** Produktkennzeichung für Biolebensmittel.

#### Deutsches Bio-Siegel:

Seit 2001 freiwilliges staatliches Label; das sechseckige Logo ist bei Verbrauchern am bekanntesten und kann nur zusammen mit dem EU-Bio-Logo verwendet werden.

#### EU-Siegel ökologischer Landbau (auch: EU-Bio-Logo):

Seit 1. Juli 2010 müssen vorverpackte Biolebensmittel, die nach den EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau hergestellt wurden, verbindlich mit dem EU-Bio-Logo gekennzeichnet werden.

#### Verbandslabel:

Viele Bio-Lebensmittel tragen auch das Label einer der acht ökologischen Anbauverbände (z. B. Demeter, Bioland). Es bedeutet, dass Bauern und Verarbeiter neben der EG-Öko-Verordnung auch die Richtlinien des jeweiligen Verbands einhalten, deren Standards noch strenger sind und in vielen Punkten deutlich über die EG-Öko-Verordnung hinausgehen.

#### BIG-8:

Fest definierte Gruppe von Nährstoffen, die im Rahmen der Nährwertkennzeichnung unter bestimmten Voraussetzungen auf einer Lebensmittelverpackung angegeben werden müssen: Energiewert in kJ, Eiweiß, Kohlenhydrate, davon Zucker, Fett, davon gesättigte Fettsäuren, Ballaststoffe, Kochsalz.

#### Corporate Citizenship:

Bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen, z. B. Sponsoring, Gründung von Stiftungen, Auftragsvergabe an soziale Organisationen, ehrenamtliche Engagements der Mitarbeiter. Corporate Social Responsibility (CSR):

Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch ein Unternehmen über die rechtlichen Pflichten hinaus.

## Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG):

Eine der vier Spitzenorganisationen der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft. Führt u. a. Qualitätsprüfungen für Lebensmittel durch. Geprüft werden Rohstoffauswahl, Verarbeitung, Zubereitung und Sensorik. Überdurchschnittliche Produkte erhalten Bronze-, Silber- oder Gold-Prämierungen. Ein Siegel in Medaillenform kennzeichnet die entsprechenden Produkte.

## EMAS (Eco Management and Audit Scheme, auch bekannt als EU-Öko-Audit):

Gemeinschaftssystem aus Umweltmanagement und einer (freiwilligen) Umweltbetriebsprüfung für Organisationen, die ihre Umweltleistung verbessern wollen. (Verordnung (EWG) Nr. 1836/93 des Rates vom 29. Juni 1993)

#### ENJO-Fasern:

Besonders feine Fasern, die zur Reinigung ohne Chemikalien eingesetzt werden.

#### Fair-Trade-Label:

Kennzeichnet Produkte aus fairem Handel, bei deren Herstellung bestimmte soziale Kriterien eingehalten werden.

#### Food Coops:

Einkaufsgemeinschaft von Konsumenten, um Lebensmittel günstiger zu erwerben.

#### Global Reporting Initiative (GRI-Index): Der GRI-Index gibt Leitlinien für die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes vor.

#### Koscher-Zertifikat:

Wird für Lebensmittel vergeben, die nach dem jüdischen Speisegesetz erlaubt sind und nach dessen Praktiken behandelt werden.

#### Ökobilanz:

Systematische Analyse der Umweltwirkung von Produkten und Dienstleistungen während des gesamten Lebensweges.

#### Product Carbon Footprint (PCF/CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Produkten):

Bilanz der Treibhausgasemissionen entlang des gesamten Lebenszyklus eines Produkts von der Rohstoffproduktion bis zur Entsorgung. Wissenschaftlich sind derzeit noch viele Fragen bei der Datenerhebung offen.

#### QuB (Qualitätsverbund umweltbewusster Betriebe):

Integriertes Zertifizierungssystem (Qualitäts- u. Umweltmanagement) für kleine Unternehmen aus Handwerk, Industrie und Handel. Es beinhaltet branchenbezogene Basisanforderungen, die auf die Betriebsgröße abgestimmt sind. Es ersetzt nicht die Zertifizierung gemäß den Normen DIN EN ISO 9001, DIN EN ISO 14001 oder EMAS.

#### Slow Food:

Gegenbewegung zum Fast-Food-Trend. Private, gemeinnützige Organisation zur Förderung des Genusses und der Bewahrung regionaler Geschmacksvielfalt.

#### Terre des hommes:

Internationales entwicklungspolitisches Kinderhilfswerk.

#### TRIGOS:

Österreichische Auszeichnung für soziales unternehmerisches Engagement in verschiedenen Kategorien. Wird von einer Jury aus Mitgliedern der Trigos-Trägerorganisationen und Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft verliehen.

#### Umweltmanagementsystem (UMS):

Festlegung von Verhaltensweisen. Abläufen und Vorgaben zur Umsetzung der betrieblichen Umweltpolitik, Beim Aufbau können Vorgaben und Normen Hilfestellung geben. Die bekanntesten sind die Umweltmanagementnorm ISO 14001 und die EMAS-Verordnung. Diese Vorgaben stellen Mindestanforderungen an das Umweltmanagementsystem, wie z. B. die schriftliche Festlegung einer betrieblichen Umweltpolitik und die Einhaltung von Anforderungen des Umweltrechts. Zudem sollen mit Umweltzielen die Verantwortlichkeiten für umweltrelevante Aufgaben und Abläufe festgelegt werden. Häufig wird das UMS von externen Auditoren oder Umweltgutachtern zertifiziert (ISO 14001) bzw. validiert (EMAS), um die Glaubwürdigkeit in der Öffentlichkeit und bei Kunden zu erhöhen.





#### **IMPRESSUM**

#### Herausgeber:

Wolf ButterBack KG

#### Fachredaktion und Projektmanagement:

Dr. Anke Zühlsdorf, Gesa Kristina Wentrot (Agrifood Consulting)

#### Wissenschaftliche Beratung:

Prof. Dr. Achim Spiller (Universität Göttingen)

Stand: Oktober 2011

#### Druck:

Druckerei Lokay e. K., Reinheim

Umweltdruckerei des Jahres 2010







