

**NACH
HALTIG
KEIT
BERICHT**

2018 / 2019

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

seit 2014 gibt es die Seeberger Naturweltbotschafter. Sie sind ein agiles Team von Seeberger-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern jeden Alters und aus allen Unternehmensbereichen. Sie haben ein, nein, zwei Augen auf das Thema Nachhaltigkeit bei Seeberger.

Sie spüren in ihren Arbeitsbereichen Potentiale auf, geben Impulse und regen zu mehr Nachhaltigkeit an. In großen und in kleinen Schritten.

In unserem Nachhaltigkeitsbericht kommen sie an vielen Stellen zu Wort, so wie gleich hier zu Beginn. Denn sie spiegeln Aufgaben aber auch Meinungen und Stimmungen unserer Teams zum Thema Nachhaltigkeit aus den Blickwinkeln ihrer Fachbereiche. Das ist wichtig, denn Nachhaltigkeit kann uns nur gelingen, wenn wir jede und jeden auf unserem Weg mitnehmen. Unsere Geschäftsführung kommt natürlich auch zu Wort. Blättern Sie gerne weiter. Wir wünschen Freude und Inspiration beim Lesen!

Verena Schädler,

Seeberger Nachhaltigkeitsbeauftragte



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
.....	
Über Uns	8
.....	
Tradition und Zukunft	12
.....	
Die Seeberger Produktwelten	18
.....	
Unsere Stakeholder	30
.....	
Unser Leitbild für Nachhaltigkeit	34
.....	
Naturwelt – Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	38
.....	
Handlungsfelder Food-Lieferanten	42
.....	
Handlungsfelder Standort Ulm	62
.....	
Die Stiftungen	84
.....	
GRI Index	89
.....	
Kontakt und Impressum	91

– Über uns –

Nachhaltigkeit und die Seeberger Naturweltbotschafter

Welche Bedeutung hat das Thema Nachhaltigkeit für Sie?

Nachhaltigkeit war und ist der Grund, warum ich bei Seeberger bin. Die Firmenphilosophie war immer nachhaltig und traditionell. Heute ist Nachhaltigkeit als neuer Wert wiedererstanden.

Nachhaltigkeit hat eine hohe Bedeutung, vor allem im Arbeitsumfeld. Ich denke, dass wir eine Verantwortung für die Generationen nach uns haben.

Es ist zu einem wichtigen Teil meiner persönlichen Einstellung geworden.

Ich versuche, Nachhaltigkeit so oft es geht in mein Leben zu integrieren.

Unsere Naturwelt-Botschafter: Jürgen Nüssle, Valeria Schneider, Margit Locher, Barbara Blaha-Radlinger, Verena Schädler, Erlande Kagenbusch, Franz Schmid, Joachim Mann, Lisa Obmann, Antonie Köhler

Für mich bedeutet Nachhaltigkeit, bewusst mit Ressourcen umzugehen. Auch unsere Kunden fragen, was Seeberger in Bezug auf Nachhaltigkeit macht. Als Lieferant für exzellente Qualitäten im Trockenfrucht-, Kaffee- und Nussbereich, wird von uns erwartet, dass wir aktiv sind.

Können Unternehmen wie Seeberger zu mehr Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der Branche beitragen?

Auf jeden Fall! Es ist wichtig, auf dieses Thema aufmerksam zu machen und daran mitzuwirken, eine nachhaltige Zukunft zu gestalten.

Selbstverständlich. Interessierte nehmen sehr wohl wahr, dass wir Nachhaltigkeit leben. So sind unsere Nachhaltigkeitsberichte wertvoll, in der Außendarstellung und um Kolleginnen und Kollegen zu sensibilisieren.

Große Handelsketten, mit denen wir im Austausch sind, erfahren von unseren Projekten. So trägt Seeberger zu mehr Bewusstsein in der Branche bei. Als führende Marke im Trockenfrucht- und im Nuss-Segment, werden wir als Benchmark definiert. Das gilt nicht nur für unsere Produkte, sondern auch für unsere Handlungen und Positionen zum Thema Nachhaltigkeit.

Unbedingt, sowohl als Vorbild für die Industriekollegen, als Impulsgeber, als Fels in der Brandung beim Handel und als Leuchtturm für den Konsumenten.

Nachhaltigkeit und die Seeberger Naturweltbotschafter

Wie können Sie bei Seeberger dazu beitragen, dass Ihr Unternehmen nachhaltiger wird?



Nachhaltigkeit ist ein substanzieller Teil meiner Arbeit geworden. Eine große Rolle spielen ökologische Aspekte bei unseren Hilfsstoffen wie Verpackungen und Werbemitteln sowie soziale Aspekte unseres Handelns in der Kommunikation.

Immer ein offenes Ohr für Fragen zum Thema Nachhaltigkeit haben. Ich möchte sensibilisieren und für nachhaltige Gedankengänge werben. Das ist zwar ein mühseliger Lernprozess, aber aus meiner Sicht unumgänglich.



Ich hoffe, dass ich mit meinem Interesse an Nachhaltigkeit weitere Kolleginnen und Kollegen anstecke.

Alle Mitarbeiter können Ressourcen sparen. Ein einfaches Beispiel: Im Sommer die Jalousien schließen, um die Klimatisierung zu entlasten.

Indem ich immer wieder Prozesse in Frage stelle und mit gleichgesinnten Kollegen Ideen austausche.

Nachhaltigkeitsaspekte sollen ein Teil unseres Handelns bleiben. Diese Haltung platziere ich immer wieder: in meinen Teams und bei Kollegen. Auch wenn es manchmal mühsam und mit Widerstand behaftet ist. Leider ab und zu bei Kunden, die oft nur kurzfristig einen günstigeren Preis sehen wollen, gerät das langfristige Ziel einer Welt von morgen, in der wir alle noch leben können, aus dem Blick.



Nachhaltigkeit und die Seeberger Naturweltbotschafter

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?



Ich wünsche mir, dass Rohwaren in geeigneter Qualität und zu tragbaren Kosten verfügbar sind. Dass sie nachhaltig verarbeitet werden können und dass dennoch ein wirtschaftliches Ergebnis möglich ist. Die Erde ist eine Kugel – und sie vergisst leider nichts.

Dass sich die Entscheider in Politik, Handel und Industrie ihrer Rolle und Verantwortung bewusst werden und entsprechend nachhaltig handeln und nicht nur kommunikativ wirksame Nachhaltigkeitsfloskeln über ihre Kommunikationskanäle zum Besten geben. Wir brauchen Taten, nicht nur Worte.



Ich wünsche mir, dass Chancen erkannt und genutzt werden, um die Nachhaltigkeit auszubauen.

Einen besseren und schonenderen Umgang mit unseren Ressourcen. Dass die Menschen sich mehr für das Thema Nachhaltigkeit öffnen und das auch leben.



Nachhaltigkeit ist für mich ein wichtiger Schritt zur Erhaltung von Flora und Fauna, sodass auch unsere Nachkommen sich in vielen Jahren noch an der Natur erfreuen können. Wenn jeder nur einen kleinen Schritt in die richtige Richtung macht, kommt in der Gesamtheit doch eine ordentliche Wegstrecke heraus!

Dass wir weiter auch an ganz alltäglichen, nachhaltigen Lösungen arbeiten.





– Tradition und Zukunft –

„Es ist auch eine Frage der Haltung. Nur mit Haltung können wir global auf dem Weltmarkt bestehen, indem wir nachhaltig produzieren“

Winfried Kretschmann,
Ministerpräsident Baden-Württemberg,
bei seiner Rede zum Seeberger Jubiläum am 5. Juli 2019



Eine Welt voller Genuss entdecken

2019 hat Seeberger sein 175. Jubiläum gefeiert. 175 - das ist erst einmal nur eine Zahl. 175 Jahre Seeberger: Das ist eine Geschichte. Eine Geschichte darüber, wie sich im Verlauf dieser vielen Jahre die Erwartungen an unsere Lebensmittel verändert haben. Und darüber, wie wir als Unternehmen diesen Erwartungen mit Beständigkeit und auch mit etwas Abenteuerlust bis heute gerecht werden. Mehr noch: ihnen immer ein wenig voraus sein wollen. Wir nennen das heute: „Eine Welt voller Genuss entdecken“.

175 Jahre Seeberger, das ist auch die Geschichte von mutigen Unternehmern, engagierten Landwirten, weltoffenen Logistikern, findigen Technikern, akribischen Geschmackssuchern, einfallreichen Produkterfindern und vielen mehr. Ihr Ideenreichtum, ihr Engagement und ihre Loyalität machen Seeberger möglich – damals wie heute.

„Seeberger ist eine Traditionsfirma, die es über die vielen Jahrzehnte geschafft hat, Heimat und Tradition zu bewahren und auf der anderen Seite immer innovativ voranzuschreiten.“

Gunther Czisch,
Oberbürgermeister der Stadt Ulm,
bei seiner Rede zum Seeberger Jubiläum am 5. Juli 2019



Interview Dr. Julius Rohm, Seeberger Gesellschafter und Geschäftsführer 1975 – 2003

„Der Seeberger spinnt mal wieder“

Lieber Herr Dr. Rohm,

seit vielen Jahren ist Seeberger auf Wachstumskurs. Ganz schön mutig, das fand wohl hin und wieder sogar die Branche. Sie erzählen im Unternehmensfilm, dass mancher dachte: „Der Seeberger spinnt mal wieder“. Muss denn ein Unternehmen nicht wagemutig sein, um Erfolg zu haben?

» *„Seeberger spinnt mal wieder“ war die Aussage von Hamburger Importeuren, als Seeberger ein eigenes lebensmittelchemisches Labor einrichtete. Das war zu der Zeit sehr untypisch, aber schon damals dem Qualitätsanspruch von Seeberger geschuldet. Der Wagemut muss sich in Grenzen halten, man darf nicht spekulativ agieren, sondern eher konservativ. Mit konservativ meine ich nachhaltig, im Sinne von langfristig denkend und handelnd. Das bedeutet auch, keine unnötigen Risiken einzugehen, denn wir haben Verantwortung für viele Arbeitsplätze.*

Wirtschaften auch für nachfolgende Generationen: Nachhaltigkeit hat bei Seeberger Tradition. Sie sind 1975 in die Geschäftsführung von Seeberger eingetreten. Welche Bedeutung hatte Nachhaltigkeit zu der Zeit und wie konnte man nachhaltige Prozesse überhaupt umsetzen?

» *Der Begriff Nachhaltigkeit war damals nicht bekannt oder gebräuchlich. Trotzdem wurden ihre Elemente schon immer deutlich praktiziert. Sie waren eine Selbstverständlichkeit, die man so nicht explizit benannt hat. Bereits mein Vater hat treue Beziehungen zu Seeberger-Lieferanten gepflegt. Die Geschäftsbeziehungen waren von einem großen Vertrauensverhältnis geprägt. Grundsätzlich hat Seeberger eine starke, christlich geprägte Wertekultur, die bis heute trägt.*

Als Geschäftsführer von Seeberger haben Sie 1984 das Seeberger Mitarbeiter-Beteiligungsmodell eingeführt, das war damals eine echte Innovation. Was hat Sie zu dieser Idee motiviert und wie denken Sie heute darüber?

» *Schon etwa 10 Jahre zuvor, als Student, hatte ich mit meinem Vater diskutiert. Was ist ein angemessenes Verhältnis zwischen Unternehmerlohn und dem Lohn einer Führungskraft? Mein Fazit war: Der Unternehmerlohn könne teils auf die Führungskraft und teils auf die Mitarbeiter übertragen werden. Jahre später entstand der Kontakt zum Verband für Mitarbeiterbeteiligung (AGP). 1982/83 wurden erste Modellrechnungen gemacht und ein Genussrechtsmodell entworfen. Ich bin nach wie vor der Überzeugung: Eine kurzfristige Erfolgsbeteiligung ist nicht gleichzusetzen mit einer Kapitalbeteiligung, wie einem Genussrecht. Das eine ist eine Prämie, das andere bedeutet Identifikation mit dem Unternehmen. Gesellschaftspolitisch ist auch heute mein Anliegen, dass Mitarbeiter am Kapital beteiligt werden und nicht nur am Erfolg. In den letzten 20 Jahren ist das Real-*

einkommen der Arbeitnehmer stagniert oder zeitweise sogar gesunken. Die Schere zwischen Arm und Reich vergrößert sich. Auf Dauer führt das zu Spannungen in einer Gesellschaft.

Vor welchen Herausforderungen in Bezug auf Nachhaltigkeit steht Seeberger aus Ihrer Sicht heute?

» *Ehrlicherweise keinen großen. Wir müssen ganz einfach das praktizieren, was wir für richtig halten.*

Was wünschen Sie Seeberger für die Zukunft?

» *Kontinuität und Erfolg.*

Lieber Herr Dr. Rohm, vielen Dank für Ihre Antworten.



Was heißt denn eigentlich:

Fit für die Zukunft? Gute Produkte!

Im Wettbewerb ist es ganz schön sportlich geworden und oft wird mit harten Bandagen gekämpft. Unsere Herausforderungen: Im Lebensmitteleinzelhandel konkurrieren wir mit günstigen Handelsmarken und mit spannenden Food-Start-Ups. Auf den globalen Rohstoffmärkten konkurrieren wir, auch bedingt durch den Klimawandel, um die besten Ernten für unsere Trockenfrüchte, Nüsse und Kaffees. Handelsbarrieren und politisch motivierte Wechselkurssteuerung haben auch uns zum Teil ordentlich ausgebremst. Sind wir dafür gut aufgestellt? Allerdings! Unter dem Motto „Fit für die Zukunft“ haben wir dafür die letzten Jahre äußerst hart trainiert.

Aus Trends machen wir:

Gute Produkte!

Gesunde Ernährung, naturbelassene Lebensmittel von hoher Qualität und das am liebsten überall? Das ist absolut Seeberger. Unsere Kunden sind unterwegs – und wir mit ihnen. Wir profitieren vom zunehmenden „Out-Of-Home“-Trend. Der Handel baut eigene Gastronomien auf, die System- und die Premium-Gastronomie wachsen. Auch durch die Corona-Pandemie 2020 wird dieser Trend nur gebremst und nicht gestoppt, davon sind wir überzeugt. Immer mehr Menschen wollen sich gesund und natürlich ernähren, mit Produkten, die zu fairen Bedingungen hergestellt werden. Transparenz ist hier das Stichwort. Die liefern wir auch: Seit 2013 berichten wir in unseren Nachhaltigkeitsberichten offen darüber, wie nachhaltig wir sind, und darüber, wie wir nachhaltiger werden wollen.

Eine Welt voller Genuss erleben?

Die neue „Seeberger Genusswelt“

Wie geht das denn jetzt genau: „Eine Welt voller Genuss erleben“? Im Winter 2020/2021 eröffnen wir die „Seeberger Genusswelt“. Wer in unserer neuen Geschmacks-Erlebniswelt in Ulm auf Entdeckungsreise geht, findet dort genau das, wofür wir seit 175 Jahren stehen: die köstlichen Naturprodukte aus heute über 40 Ländern der Welt. Hier spürt man die Leidenschaft, mit der unsere Partner in den Erzeugerländern hochwertige Früchte, Nüsse und Kaffees anbauen. Und wie wichtig uns faire und vertrauensvolle Partnerschaften mit ihnen sind. Hier zeigt sich, dass natürliche Vielfalt und ein wertschätzender, achtsamer Umgang mit den wertvollen Ressour-

cen von Mensch und Natur, der Ursprung unseres Erfolgs sind. Genau deshalb hat Nachhaltigkeit bei Seeberger seit 175 Jahren Tradition – und Zukunft.



Gute Technik –

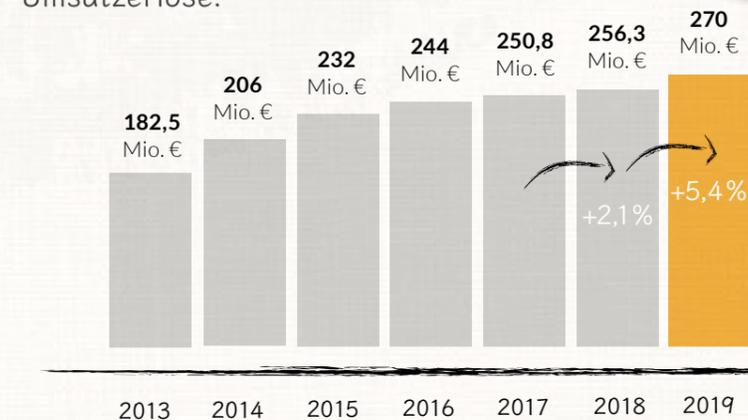
Für gute Teams Hello Millenials!

In Sachen Fitness kommt natürlich auch gute Technik und zum Beispiel die Digitalisierung ins Spiel. Es gibt wohl keine Mitarbeiterin und keinen Mitarbeiter bei Seeberger, dessen Arbeitsplatz sich in den letzten zwei Jahren nicht verändert hat: Schlanke Organisationsstrukturen, digitale Transformation bei der Verarbeitung unserer Daten, hochkomplexe Verpackungstechnik. Das Ergebnis sind transparente, effiziente Prozesse und Strukturen, die uns helfen, genau die Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die unsere Kunden brauchen. Die uns aber auch jede Menge Energie sparen. Dass wir zum Beispiel im Hinblick auf unseren CO₂-Fußabdruck auf dem richtigen Weg sind, zeigt auch in diesem Bericht wieder unsere Klimabilanz.

Schon seit 175 Jahren beobachten wir eines ganz genau: Unsere Kunden. Dass unsere Produkte Menschen in jedem Alter gut schmecken, das wissen wir. Manche kennen uns ja auch schon sehr lange. Andere noch nicht. Denen stellen wir uns seit 2018, nach einem kompletten Marken-Relaunch, neu vor. Und gehen dafür zurück zu unseren Wurzeln – in die Natur. Denn, auch wenn die Verpackung neu und schick ist, beschützt sie wie immer schon unsere „Schätze aus der Natur“ – naturbelassene, aromatische Trockenfrüchte und Nüsse und einzigartige Kaffees. Unsere Verpackungen haben übrigens nicht nur einen neuen Look, sie werden auch schlanker. Denn wir verwenden bei immer mehr Produkten immer weniger Verpackungsmaterial.

Geschäftszahlen

Umsatzerlöse:





- Die Seeberger Produktwelten -

Ein Stück Natur im Alltag

Wo immer unsere Kunden die saftigen Seeberger-Trockenfrüchte, die knackigen Nüsse oder eine duftende Tasse Seeberger-Kaffee genießen: Jedes unserer über 100 Naturprodukte soll ein „Stück Natur“ in ihren Alltag bringen. Wie kann uns das gelingen? Nüchtern betrachtet, indem wir einfach das Richtige tun. Richtig heißt vor allem, wertschätzende und vertrauensvolle Partnerschaften mit den Erzeugern im Ursprung zu pflegen. Nur sie kennen die optimalen Bedingungen für den Anbau und den besten Erntezeitpunkt für unsere aromatischen Früchte, Nüsse und Kaffees, deren natürlicher Geschmack keine Zusatzstoffe braucht. Und so gelingt uns ein Stück Natur im Alltag: als Geschmack sonnengereifter Aprikosen vom Fuß des Taurus, als erdiger Duft milder, in den Regenwäldern Boliviens geernteter Paranusskerne oder als blumiges Kaffeearoma aus den besten Anbauregionen der Welt.



» *Unser Partner in Nicaragua erntet eine spezielle Kaffee-Varietät an einem ganz bestimmten Tag, zu einer bestimmten Uhrzeit, in einer spezifischen Micro-Parzelle der Plantage. Am selben Tag wird noch die passende Aufbereitungsmethode festgelegt. Das hat unglaublich positiven Einfluss auf das spätere Geschmackserlebnis.*

Tim Eggel, Einkauf Seeberger-Kaffee

Die Seeberger Qualität

Wir sagen: In jeder Seeberger-Verpackung steckt „Das Beste aus der Natur“. Sie zu respektieren ist daher eine selbstverständliche Dimension unserer Qualität. 2018 und 2019 hat Seeberger bei den Zertifizierungen der Qualitäts-Audits (IFS-International Featured Standard) wieder Top-Ergebnisse erzielt. Unsere Produkte erhalten regelmäßig die wichtigsten Branchenauszeichnungen. Darauf sind wir stolz, denn diese Bewertungen sind das Ergebnis har-

ter Arbeit. Begleitet ist sie von Herausforderungen wie klimatischen Veränderungen, die zum Beispiel zu Dürren in unseren Erzeugerländern führen. Oder politischen Spannungen, die sich auf die Produktpreise am Weltmarkt auswirken. Und auch von der Frage, wie die für unsere hohe Qualität notwendigen Preise von unseren Kunden im Lebensmittelhandel und im Out-of-Home-Markt akzeptiert werden können.

Ein Interview mit Heidi Wöhrlin, Leiterin Seeberger Qualitätsmanagement

Die Seeberger Qualität

Liebe Heidi Wöhrlin,

Sie leiten schon seit über 10 Jahren die IFS-Audits bei Seeberger. Nehmen wir mal Ihr Seeberger-Liebblingsprodukt. Wie viele Qualitäts-Checks durchläuft es, bevor es in die Verpackung darf?

» *Mein Lieblingsprodukt ist das Seeberger-Studentenfutter. Mandeln, Walnusskerne, Cashewkerne, Weinbeeren und Haselnusskerne stammen von unterschiedlichen Lieferanten. Mit unseren Lieferanten haben wir Rohwarenspezifikationen, also bestimmte Parameter, vereinbart, damit wir Produkte in der gewünschten hochwertigen Seeberger-Qualität erhalten. In diesen Spezifikationen sind beispielsweise Vorgaben zur Größe, Beschädigung, Feuchtigkeit, aber auch mikrobiologische und chemische Parameter und die Sensorik festgehalten, die für jede einzelne Rohware geprüft und dokumentiert werden.*

Wie gehen die Produkte auf die Reise nach Ulm?

» *Schon vor der Verschiffung werden diverse Tests der Waren bei unseren Lieferanten durchgeführt. Hierzu zählen unter anderem Tests auf Fremdkörper, Mikrobiologie, chemische Untersuchungen, Pestiziduntersuchungen, Aflatoxine oder Schwermetalle. Sind alle Parameter eingehalten, wird die Ware im Ursprung für ihre Reise verschifft.*

Was passiert bei der Ankunft der Produkte in Ulm?

» *Sobald die Ware in Ulm ankommt, wird sie im hauseigenen Labor anhand risikoorientierter Prüfpläne auf Übereinstimmung mit den Spezifikationen überprüft. Diese Prüfpläne basieren auf unserem HACCP-Konzept und sind für jedes Produkt individuell. Beispiel Mandeln: Hier wird jede Charge, die bei uns im Haus ankommt, auf Aflatoxine untersucht. Auch die Sensorik wird im Labor bei Ankunft überprüft. In regelmäßigen Abständen werden Mikrobiologie, Pestizide und Schwermetalle analysiert. Bei Spanischen Mandeln wird beispielsweise zusätzlich geprüft, ob Bittermandeln enthalten sind. Nur Ware, die unsere Anforderungen erfüllt, wird für die Produktion freigegeben.*



Wie geht es dann in der Produktion für das Studentenfutter weiter?

» *Auch in und während der Produktion werden hohe Anforderungen an unsere Produkte gestellt. Beim Studentenfutter gibt es, neben dem korrekten Mischungsverhältnis, auch Bedingungen, die die Verpackung erfüllen muss. Sind alle Siegelnähte ordnungsgemäß verschweißt und passt der Beutelaufdruck, wie zum Beispiel das Mindesthaltbarkeitsdatum,*

zum Produkt? Funktioniert der Wiederverschluss? Sind die Beutel absolut dicht für lang anhaltende Frische? Natürlich darf auch die Fremdkörperdetektion während der Produktion nicht vernachlässigt werden. Nur so kann ausgeschlossen werden, dass in der Packung Teile enthalten sind, die hier nicht reingehören. Wenn alle Anforderungen erfüllt sind, dann darf das Studentenfutter in den Verkauf.

Seeberger IFS-Audits und Zertifizierungen:

Audits 2018

- IFS 6.1: höheres Niveau
- Bio-Zertifizierung (Kaffeesortiment GREEN, Kakao, Müsli, Porridge, Trockenfrüchte, Tee, Rohrzuckersticks)
- Fairtrade für Kaffee

Audits 2019

- IFS 6.1: höheres Niveau
- Bio-Zertifizierung (zusätzlich zu 2018: Nüsse, Getreide, Saaten)
- Fairtrade für Kaffee

Auszeichnungen 2018 und 2019

- **Marke des Jahrhunderts 2019** für Seeberger Studentenfutter
- **„Sweetie 2019“** für Schokolierete Nüsse und Trockenfrüchte (Auszeichnung der Rundschau für den Lebensmittelhandel)
- **„Top Marke 2019“** für Studentenfutter und Nussfruchtmischung (Auszeichnung der Lebensmittel-Zeitung/LZ)
- **„Hit 2019“** 2. Rang für Mandeln und Cashewkerne geröstet (Umfrage und Auszeichnung der Lebensmittelpraxis)
- **Ökotest 7/2019 „Sehr gut“** für Seeberger Bio-Himbeer-Porridge



Interview mit Miriam Pabst, Brandmanagement

Wer erfindet eigentlich die Seeberger „Genussmomente“?

Wir sind wirklich viel unterwegs. Auf Messen, auf Einkaufsreisen zu Lieferanten, in den Lebensmittelmärkten unserer Handelspartner. Von überall nehmen wir Inspirationen für neue Seeberger-Produkte mit, denn das Seeberger Genuss-Sortiment soll ja wachsen. Außerdem gibt es einfach immer wieder Neues zu entdecken. Es gibt aber auch Gründe, Produkte zu verändern oder sie sogar aus dem Programm zu nehmen. Und es gibt Gründe, Produkte richtig zu feiern, so wie unser Seeberger-Studentenfutter.

Liebe Miriam Pabst,

die Seeberger „Nummer 1“, das Studentenfutter war „DAS“ Seeberger-Jubiläumsprodukt. Haselnusskerne, Mandeln, Cashewkerne, Walnusskerne und Rosinen sind seit 70 Jahren sein Erfolgsrezept. Warum ist der „Klassiker des Superfoods“ so erfolgreich?

» **Erstmal: Es schmeckt einfach super. Gerade heute fragen Verbraucher aber auch nach Produktvariationen mit natürlichen Zutaten. Gleichzeitig muss das Produkt auch geschmacklich überzeugen.**

Knackig und fruchtig - die Zutaten kommen aus vielen Ländern. Was man nicht sieht: Welche Nachhaltigkeitsthemen sind in einem Seeberger-Studentenfutter mitverpackt?

» **Nachhaltigkeit habe ich bei Seeberger von Anfang an als gelebte Praxis kennengelernt. Sie steckt quasi in den Genen des Unternehmens. So sind schon für den Einkauf Nachhaltigkeitsaspekte in den**

Lieferantenbedingungen festgehalten. Ganz selbstverständlich begleitet uns dieser Gedanke auch in der Produktentwicklung und in unserem Ideenteam.

Wie kommt die Nachhaltigkeit in die Seeberger-Produktentwicklung?

» **Bei neuen Ideen geht es in unserem Team immer auch darum, ob wir das Produkt nachhaltig vertreten, schlicht, ob wir gewissenhaft dahinterstehen können. Für mich gehören Nachhaltigkeit, die Marke Seeberger und unser Produktportfolio fest zusammen. Das bedeutet, dass wir uns auch immer wieder kritisch mit Fragen, wie zum Beispiel dem Vermeiden von Plastik, auseinandersetzen. Nachhaltigkeitsthemen diskutieren wir auch mal in Workshops mit unserem Ideenteam.**

Werden bei der Produktentwicklung gesellschaftliche Trends aufgegriffen?



» **Wir beobachten kontinuierlich Food-Trends und gesellschaftliche Entwicklungen. Wichtig finde ich, zwischen übergreifenden Megatrends und kurzfristigen „Moden“ zu unterscheiden. Nachhaltigkeit, und damit korrespondierend der andauernde Gesundheitsboom und der Wunsch nach einer gesunden, möglichst natürlichen Lebensweise, sind als Megatrends zu bezeichnen. Sie werden uns langfristig begleiten. Und sie bewirken meist eine tiefgreifende Veränderung in der Alltagswelt der Menschen. Unsere Aufgabe ist es, daraus logische Ableitungen für unser bestehendes Sortiment und bei der Entwicklung neuer Produkte zu treffen.**

Vor diesem Hintergrund: Welche Produkte passen zu Seeberger?

» **Grundsätzlich entscheiden wir im Ideenteam gemeinsam, ob eine Produktidee Potenzial hat. Dabei werden Aspekte wie Umsetzbarkeit und Trendpotenzial einbezogen. Besonders wichtig ist der „Markenfit“, also die Passgenauigkeit zur Marke. Wir haben für jeden Geschäftsbereich einen klaren Markenkern definiert, ein Versprechen, welches wir dem Kunden mit unseren Produkten geben. Für die Nuss- und Trockenfruchtwelt stehen die Markenwerte Natürlichkeit, Genuss und selbstverständlich eine hohe Produktqualität an oberster Stelle.**



Und wer erfindet ein Produkt, wie die neuen Seeberger-Fruktkugeln?

» **Unser Ideenteam setzt sich aus Mitarbeitern verschiedener Abteilungen, wie Einkauf, Vertrieb, Außendienst oder IT zusammen. So erhalten wir ein möglichst breites und diverses Meinungsbild. Wir möchten unterschiedliche Meinungen berücksichtigen und schätzen die Erfahrungen, die die Teammitglieder aus ihren Abteilungen mitbringen. Regelmäßig verkosten, bewerten und wählen wir gemeinsam Produktideen aus, die aus dem ganzen Unternehmen bei uns zusammengetragen werden: von Messen, von unseren Lieferanten aus den Ursprungsländern oder auch Ideen, die im Team kreiert werden. Dabei entstehen auch neue Ideen, die die Chance zur Produktentwicklung und schließlich zur Einführung im Handel haben. So wie die Fruktkugeln.**



Unser Sortiment für den Lebensmitteleinzelhandel

Frühstück, Riegel & Co.

- Porridge, Frucht- und Haferriegel
- Popcorn

Knackige Nüsse und Kerne

- Nüsse & Kerne pur und mit Schale
- Kombinationen aus Nuss und Frucht
- Nüsse veredelt, Nussmischungen

Schokolier- Produkte

Aromatische Trockenfrüchte

- Früchte pur und Soft-Früchte
- Fruchtmischungen

Koch und Backzutaten

- Hülsenfrüchte & Getreide
- Backzutaten & Toppings

Kaffee

- 250 g Spezialitäten Kaffee für zuhause



„Wer setzt denn mal Kaffee auf?“

Seeberger für Geschäftskunden



Nichts gegen die vielen, fleißigen Kaffeemaschinen, die ab morgens in Büros und Cafés ihren dampfenden Dienst leisten. Doch was ein wirklich herausragend gut gebrühter Kaffee am Morgen für die Stimmung tut, weiß man erst, wenn man ihn probiert hat. Wir haben dazu folgendes zu bieten: Die Seeberger Kaffeespezialitäten werden in unserer Rösterei aus besten Rohkaffees in 100 Prozent Langzeit-Trommelröstung sorgfältig und schonend komponiert. Die da-

zugehörigen Service- und Dienstleistungspakete für die Gastronomie und die Mitarbeiter-Versorgung in Unternehmen, machen die „Out Of Home“-Verpflegung nicht nur einfach und unkompliziert, sondern auch effizient und ressourcenschonend: mit innovativer Telemetrie-Technologie und dem Beratungs-Knowhow unseres Full-Operating Kundenservice. Und - Tee in bester Bio-Qualität unter der Marke samova und Trink-Schokolade gibt es natürlich auch!

Unser Sortiment für Geschäftskunden



Seeberger PROFESSIONAL

Konzepte für die Gastronomie

- Individuelle Miet-, Leasing und Finanzierungskonzepte für Kaffeemaschinen
- Persönlicher Rundum - Service und Beratung zu modernen Technologie- und Trendkonzepten
- stilvolle Accessoires und Zubehör

Kaffee- und Vending-Konzepte

- bedarfsgerechte Automatenlösungen mit Kaffee, Snacks und Kaltgetränke
- individuelle Service- und Full-Operating-Pakete
- bundesweites Service-Netz

Produkte aus dem Seeberger Genusssortiment

- Kaffee- und Teespezialitäten
- Choko-Drinks & Getränkepulver
- Müsli & Toppings
- Nuss-Frucht-Snacks
- Kaltgetränke
- Accessoires

Seeberger Competence Center

- Kaffee-Sensorik und Barista-Seminare und Workshops

Interview mit Esin Rager, Geschäftsführerin und Gründerin samova

Seeberger und die moderne Teekultur von „samova“

Liebe Esin Rager,

2002 haben Sie Ihr Unternehmen „samova“ für „moderne Teekultur made in Germany“ gegründet. Seit 2017 sind Seeberger und samova Partner. Die Seeberger-Kaffeewelt und die moderne Teekultur von samova, warum passt das so gut zusammen?

» *Wir freuen uns sehr, mit Seeberger einen erfahrenen Partner für den Vertrieb an unserer Seite zu haben. Die Seeberger Unternehmenskultur ist auf den gleichen Grundpfeilern gebaut wie unsere: Qualität, Innovation, Vertrauen und Verantwortung.*

Die über 25 samova-Tees, Kräuter und Früchte sowie die Zutaten der Tee-Rezepturen kommen nahezu ausschließlich aus zertifiziertem biologischem Anbau. Alle Sorten sind als Refill-Pack erhältlich, die Verpackungen sind nachhaltig, zum Teil sogar gartenkompostierbar. War Nachhaltigkeit ein Grund für die Zusammenarbeit?

» *Meine Vision ist eine moderne Gesellschaft, in der Genuss und Spaß mit kultureller Vielfalt und ökologischem Gleichgewicht im Einklang stehen. Um Kräfte für die Umsetzung dieses Ziels zu bündeln, bin ich eine Partnerschaft mit Seeberger eingegangen. Die meisten Verbraucher kennen Seeberger als Premium-Marke für Nüsse und Trockenfrüchte, aber es gibt in Ulm auch eine eigene Kaffee-Rösterei mit Fair Trade Bio-Kaffee im Sortiment. Die Inhaber-Familie engagiert sich mit einer Stiftung für Kinder in den Ursprungsländern der Rohstoffe. Nun arbeiten wir gemeinsam an einer nachhaltigen Form der Wirtschaft.*



Das Seeberger „Green - Label“, Interview mit Lisa Obmann, Seeberger Marketing

Nachhaltigkeit trifft Sicherheit

Liebe Lisa Obmann,

Seeberger bietet unter dem Namen „GREEN Label“ ein Programm biozertifizierter und fair gehandelter Kaffeesorten. Haben Sie ein paar Beispiele für Nachhaltigkeitsthemen in den Herkunftsländern?

» *Die Seeberger GREEN Kaffees stammen zu 100 Prozent aus kontrolliert biologischem Anbau und aus fairem Handel. Das EU-Bio-Siegel kennzeichnet Produkte, die aus ökologischer Landwirtschaft stammen und deren Erzeuger oder Verarbeiter die Kriterien für ökologischen Landbau nach EU-Recht einhalten. Fair Trade kennzeichnet Waren aus fairem Handel, bei deren Herstellung bestimmte soziale, ökologische und ökonomische Kriterien eingehalten werden. Das Fair Trade-Siegel sichert stabilere Preise sowie langfristige Handelsbeziehungen für die Kleinbauernkooperativen. Bäuerinnen und Bauern sowie Beschäftigte auf Plantagen erhalten eine zusätzliche Fair Trade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte. Die Standards enthalten darüber hinaus Kriterien zu demokratischen Organisationsstrukturen, Umweltschutz und sicheren Arbeitsbedingungen. Für Verbraucher wiederum spiegeln die Siegel eigene Überzeugungen, vermitteln Sicherheit und ein „gutes Gefühl“. Wegen der sehr positiven Entwicklung der Bio- und Fair Trade-Sorten und der steigenden Nachfrage nach zertifizierten Kaffees, haben wir 2017 das Green Label-Sortiment ausgebaut.*

Welche weiteren Aspekte der Nachhaltigkeit werden im Green Label-Programm berücksichtigt?

» *Themen wie Mobilität, Umweltschutz und Mehrwegsysteme nehmen direkten Einfluss auf das Seeberger-Portfolio. Im GREEN Label haben wir bereits Anfang 2018 erstmals einen biologisch abbaubaren Coffee-to-go Becher angeboten. Das Green-Konzept rund um die Röstkaffees beschränkt sich bewusst auf sinnvolle, notwendige Materialien - weniger ist mehr. Zubehör wie Tischaufsteller, Plakate oder Prospekte werden aus FSC-Material produziert und möglichst oft klimaneutral gedruckt. Und, nachhaltig zu handeln heißt für Seeberger auch, Materialien und Folien aufzubrechen und nicht unnötig zu entsorgen. Abfallvermeidung quasi vor der eigenen Haustüre der Rohstoffe.*

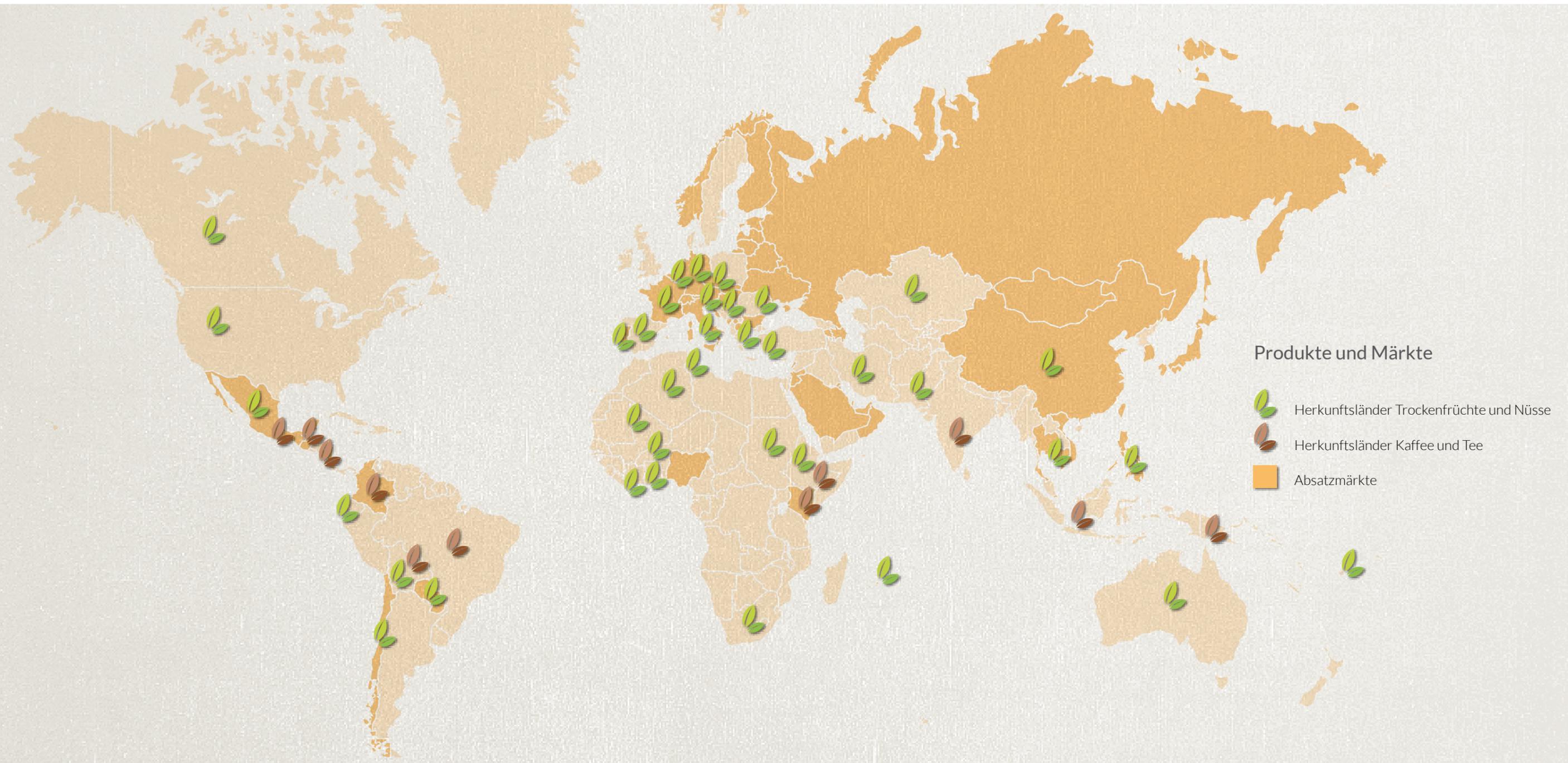
Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit im weiteren Seeberger Kaffee-Sortiment?

» *Der Grundsatz und die Verpflichtung, nachhaltig zu handeln, beschränkt sich bei Seeberger nicht auf ein Siegel. Unsere Preisfindung zum Beispiel orientiert sich an notwendigen Produktionskosten und nicht an spekulativen Weltmarktpreisen. So fördern wir direkt und langfristig die Entwicklung der Lebens- und Arbeitsbedingungen im Ursprung. Dieses Prinzip gilt für alle unsere Röstkaffees.*

Lisa Obmann, Marketing Professional



Herkunftsländer & Absatzmärkte



- Unsere Stakeholder -

Alles in Balance -

Stakeholder-Dialog

Unser Handeln hat Auswirkungen und Konsequenzen. Sie betreffen Personen, Personengruppen oder Organisationen, die mit uns in Beziehung stehen: Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter und viele weitere. Unsere Stakeholder, oder auch unsere Anspruchsgruppen, und ihre Themen haben wir zu Beginn der Nachhaltigkeitsberichterstattung identifiziert (siehe www.seeberger.de/Verantwortung/Nachhaltigkeitsbericht2013 Seiten 22/23). Mit diesen Beziehungen sind auch

Erwartungen verbunden. Wie finden wir die Balance zwischen den unterschiedlichen Erwartungen unserer Stakeholder? Wie passt das alles zu unserem Unternehmenswachstum? Darauf gibt es keine endgültige Antwort. Alles ist in Bewegung: gesellschaftliche, politische und natürliche Rahmenbedingungen ändern sich. Unsere Antwort darauf ist: Für gute Lösungen bleiben wir im Dialog!



Erwartungen und Themen:

Wesentlichkeitsmatrix

Welche Nachhaltigkeitsthemen relevant sind, überprüfen wir regelmäßig im Austausch mit unseren Stakeholdern. Wir erfassen und bewerten Relevanz und Impact, also die Auswirkung unserer (Zusammen-)Arbeit, in verschiedenen Dimensionen. Themen im Ursprung sind beispielsweise Gegenstand unseres fortwährenden Monitoring-Prozesses (siehe Kapitel Arbeits- und Lebensbedingungen). Hier definieren sich im Zeitverlauf auch neue Themen von besonderer Bedeutung, unsere Fokusthemen. Den aktuellen Status Quo zeigt unsere Wesentlichkeitsmatrix.



● Themen im Ursprung

● Themen am Standort

Stakeholder – Themen

Themen im Ursprung (Food-Lieferanten)

ARBEITS- UND LEBENSBEDINGUNGEN

- Transparenz der Lieferkette
- Sichere und vertrauensvolle Partnerschaften
- Gesundheit
- Bildung
- Kinderarbeit
- **Saisonarbeit***

UMWELTVERTRÄGLICHE LANDWIRTSCHAFT

- Wasser
- **Biodiversität***
- Dünger und Pflanzenschutz

Themen am Standort Ulm

EFFIZIENZ

- **Klimabilanz***
- **Nachhaltige Verpackung und Recycling***
- Ressourcen
- Abfälle / No Food Waste
-

MITARBEITER UND GERECHTIGKEIT

- Wertorientierte Unternehmens-, Arbeits- und Führungskultur
- Compliance
- Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- Arbeitssicherheit und Gesundheit
- Gesellschaftliches Engagement
- Nachhaltigkeitswissensmanagement
- Aus- und Weiterbildung

STIFTUNG / ENTWICKLUNGSRARBEIT

* Fokusthemen





– Unser Leitbild
für Nachhaltigkeit –



Von Verantwortung und Verpflichtung

Nachhaltigkeit ist für Seeberger die Zukunft - und das schon immer. Die Gründe dafür liegen auf der Hand, denn ein Ressourcen schonender Anbau im Ursprung ist die langfristige Basis für sichere Ernten von hoher Qualität. Das bedeutet: Ein Seeberger-Produkt schmeckt frisch, knackig und natürlich. Es duftet aromatisch, es sieht gut aus und es fühlt sich gut an. So gut, wie vielleicht keines unserer Wettbewerber.

DASS WIR ALS UNTERNEHMEN WIRTSCHAFTLICH ERFOLGREICH SIND, VERDANKEN WIR DER LEISTUNG, DEM ENGAGEMENT UND DER LOYALITÄT UNSERER MITARBEITER UND LIEFERANTEN.

Sie verdienen Wertschätzung, Anerkennung und selbstverständlich gute Arbeits- und Lebensbedingungen. Wir verdanken es auch unseren Kunden, die sich auf unser Marken- und Qualitätsversprechen verlassen. Dafür tragen wir die Verantwortung.

Statement der Geschäftsführung

Liebe Leserin, lieber Leser,

seit 2013 berichten wir in jedem zweiten Jahr über unsere Nachhaltigkeitsthemen und über ihre Entwicklung. Zu Beginn der Berichterstattung haben wir die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) wie eine Schablone über unsere Unternehmensbereiche gelegt und festgestellt: Bisher ganz selbstverständliche Nachhaltigkeitsleistungen wurden plötzlich sichtbar. Jetzt allerdings konnten wir sie benennen, bewerten und uns für die Zukunft Ziele setzen.

Dieser Prozess hat eine eigene und wertvolle Dynamik entwickelt. Seit unserem letzten Nachhaltigkeitsbericht orientieren wir uns zusätzlich an den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen. Wir wollen engagiert daran mitarbeiten, sie zu verwirklichen. Was wir erreicht haben, welchen Aufgaben wir uns gerade stellen und welche Ziele wir uns stecken, wird mit unseren Nachhaltigkeitsberichten transparent - und öffentlich. Damit ist es verbindlich. Heute begreifen wir Nachhaltigkeit ganzheitlich. Sie ist ein in allen Unternehmensbereichen und in der Lieferkette intensiv gelebter Markenwert.

Nachhaltigkeit ist eine tägliche Herausforderung. An unserem Standort in Ulm fassen wir sie nicht einfach in eine separate Stabstelle: Wir wollen

sie im gesamten Unternehmen verankern. In unseren Ursprungsländern überlassen wir sie nicht einfach unseren Lieferanten: Wir reden mit, geben Impulse und arbeiten gemeinsam daran. Die erforderliche Transparenz dafür erhalten wir zum Beispiel mit unserem differenzierten Lieferanten-Monitoring. Aber nicht nur: Wir überzeugen uns auch selbst auf unseren Einkaufsreisen in den Ursprung. Jede und jeder Seeberger-Handlungsreisende kehrt von diesen Orten und den Menschen dort begeistert und inspiriert zurück.

Ein Thema hat uns in den letzten zwei Jahren sehr beschäftigt: die Seeberger-Verpackungen. Wie gestalten wir sie leichter, umweltfreundlicher und helfen so, Plastikabfälle zu reduzieren? Wie schaffen wir das, ohne ihre wichtigste Aufgabe zu gefährden, unsere „Schätze aus der Natur“ sicher zu schützen? Wichtige Fortschritte sind gemacht: 2020 werden wir Schritt für Schritt rund 90 Prozent unserer Produkte im Flachbeutel auf eine bis zu 20 Prozent dünnere und zu einhundert Prozent recyclingfähige Verpackungsfolie umstellen. Unseren Kundinnen und Kunden zeigen wir diesen Fortschritt auf der Verpackung mit dem Hinweis „For A Better Planet“. Das ist ein Versprechen, an dem wir mit unseren Partnern arbeiten.



„For A Better Planet“ bedeutet, vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Strömungen und sich verschärfender Veränderung des Weltklimas, dass wir für den achtsamen Umgang mit den Ressourcen der Natur nicht nur verantwortlich sind. Es bedeutet, dass wir uns dazu verpflichten.

Für die kommenden Jahre setzen wir uns konkrete Ziele in den Bereichen, die das Gelingen unseres Geschäfts maßgeblich mitbestimmen: dem Erhalt der Artenvielfalt, den guten Arbeits- und Lebensbedingungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und dem Wasser- und Klima-

schutz. Aus den vergangenen Jahren wissen wir, dass wir dabei auf die Unterstützung und das Engagement unserer Seeberger-Teams und unserer Lieferanten zählen können. Dafür bedanken wir uns von Herzen.

Wir freuen uns auf die gemeinsame Arbeit und auf die Herausforderungen, die oft wirklich „eine harte Nuss“ für uns sind. Mehr darüber erfahren Sie auf den kommenden Seiten. Und wir freuen uns, liebe Leserinnen und liebe Leser, über Ihre Anregungen und Fragen. Nehmen Sie gerne Kontakt zu uns auf.

Viel Freude beim Lesen wünschen Ihnen

Clemens Keller, Ralph Beranek, Gerald Lindinger, Raphael Steinberg



FOR A BETTER
PLANET!

„Naturwelt“ - Leitbild mit Bestand

Seeberger ist ein Familienunternehmen. Zugegeben, mit rund 850 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind wir inzwischen eine sehr große Familie. Was uns verbindet sind Werte, die uns schon seit 175 Jahren Orientierung bieten und Sicherheit geben. Loyalität und Fairness, darauf setzen wir in den Beziehungen zu Lieferanten und in der Seeberger-Community. Mut und Weltoffenheit,

wenn es um Agilität, Digitalisierung und globalen, gesellschaftlichen Wandel geht. Werte sind auch die Basis unseres Leitbilds für Nachhaltigkeit „Naturwelt“. Nachhaltigkeit ist ein Prozess. Wir geben ihm eine Struktur, mit Handlungsfeldern, Maßnahmen und Zielen. Erreichen können wir sie nur im wertschätzenden und respektvollen Dialog mit allen Beteiligten.

NaturWelt
Für unsere Zukunft

Über diesen Bericht

Auch die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist ein Prozess. Für das Erstellen unserer Berichte orientieren wir uns an international anerkannten Standards. Gestartet sind wir mit der Global Reporting Initiative (GRI), die auch heute noch den Rahmen für unsere Berichterstattung liefert (siehe Anhang). Näher an der Praxis und für uns greifbarer, sind die 17 UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDG) mit ihren Unterzielen. Seeberger unterstützt auf unternehmerischer Ebene aktiv die Umsetzung der 17 SDGs. Im letzten Bericht haben wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten zusätzlich dahingehend sortiert und unsere Handlungsfelder für Nachhaltigkeit neu definiert.

Doch auch auf nationaler Ebene ist Vergleichbarkeit für uns von Bedeutung. Der „Rat für Nachhaltige Entwicklung“ hat dazu eine Empfehlung an Politik und Wirtschaft in Deutschland aufgesetzt, den „Deutscher Nachhaltigkeitskodex DNK“. Er umfasst 20 Kennzahlen, die aus schon bestehenden Kennzahlensystemen ausgewählt wurden, unter anderem der GRI. Mit der „Entsprechenserklärung“ nach DNK werden unsere Leistungen für Nachhaltigkeit künftig auch auf dieser Ebene transparenter und vergleichbarer.

– Naturwelt –
Unsere Nachhaltigkeitsstrategie –

Nachhaltigkeitsstandards, Partner- und Mitgliedschaften

- **United Nations Global Compact:** Die weltweite Nachhaltigkeitsinitiative der Vereinten Nationen. Mit der Teilnahme am UN Global Compact unterstützt Seeberger die zehn universellen Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung.
- **ILO Konventionen:** Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen. In ihren Normen, im Besonderen den Kernarbeitsnormen, formuliert sie internationale Arbeits- und Sozialnormen für eine soziale und faire Gestaltung der Globalisierung und menschenwürdiger Arbeit als zentrale Voraussetzung, die Armut zu bekämpfen. Die ILO-Normen sind die Basis für die Seeberger Einkaufsbedingungen.
- **UN-Sustainable Development Goals (SDG):** Seit 2016/2017 berichtet Seeberger auf Basis der UN Nachhaltigkeitsziele.
- **Global Reporting Initiative (GRI):** Basis der Seeberger Berichterstattung seit 2013.
- **Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK):** Mehr Transparenz und Vergleichbarkeit für die Seeberger Nachhaltigkeitsaktivitäten auf nationaler Ebene.

Die Seeberger Handlungsfelder

Unsere Handlungsfelder beschreiben, wo in den Unternehmensbereichen und in der Lieferkette Nachhaltigkeitsaufgaben für uns entstehen. Dazu orientieren wir uns an den entsprechenden Sustainable Development Goals (SDG). Diese weisen wir in den jeweiligen Berichtskapiteln aus. Darüber hinaus verdeutlichen wir im jeweiligen Handlungsfeld, welche Ziele wir uns im Kontext der SDGs gesetzt haben. Haben wir diese Ziele erreicht? Dazu ziehen wir ein entsprechendes und handlungsorientiertes Fazit.

Food Lieferanten



- Arbeits- und Lebensbedingungen
- Umweltverträgliche Landwirtschaft

Standort



- Effizienz und Klimabilanz
- Mitarbeiter*innen und Gerechtigkeit

Seeberger Stiftungen



- Projekte

Die Seeberger Lieferkette – Zuordnung SDGs





– Handlungsfelder –
Food-Lieferanten –

Handlungsfeld Arbeits- und Lebensbedingungen



Unser Ziel: 100 Prozent Transparenz in der Lieferkette

Wann und wo immer eine Seeberger-Verpackung geöffnet wird: Unsere Kunden finden darin Produkte von erstklassiger Qualität und bestem Geschmack. Dafür haben wir ein differenziertes Monitoring-System von Einkaufsbedingungen, Audits, Checks und Kontrollen entlang der Lie-

ferkette etabliert. Getragen wird es von einem partnerschaftlichen Dialog. Dieser Dialog sichert nicht nur unsere Qualität, er erlaubt uns auch, die Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit mitzugestalten. Denn Nachhaltigkeit und Qualität gehören für uns untrennbar zusammen.

Das Seeberger-Monitoring als Basis für Nachhaltigkeit

Unsere Einkaufsbedingungen enthalten alle Richtlinien für die Zusammenarbeit mit Lieferanten. Seit 2014 sind die Seeberger-Nachhaltigkeitsleitlinien fester Bestandteil der Einkaufsbedingungen. Sie sind Ergebnis eines fortgesetzten, dialogorientierten Entwicklungsprozesses. Unsere Einflussmöglichkeiten hängen von individuellen Faktoren ab: Stehen wir in direktem Kontakt mit den Produzenten im Ursprung? In Entwicklungs- und Schwellenländern entwickeln sich politische, soziale und ökologische Strukturen manchmal in anderem Tempo, als wirtschaftliche. Ob wir Mandeln aus Kalifornien oder aus Spanien beziehen, ist von Bedeutung für unsere Gestaltungsmöglichkeiten vor Ort. Bspw. sind die Anbaubedingen je nach Region sehr unterschiedlich. Unsere Erfahrung zeigt: Wir brauchen einen individuellen Monitoring-Prozess, um die jeweiligen Bedingungen vor Ort bewerten zu können und Einfluss nehmen zu können.



» **„Wir entwickeln nicht nur unsere Lieferanten weiter, unsere Lieferanten entwickeln auch uns!“**

Verena Schädler,
Seeberger-Nachhaltigkeitsbeauftragte

Die Module des Seeberger-Monitorings

- **SEEBERGER EINKAUFSBEDINGUNGEN:** Schriftliche Vereinbarung mit Lieferanten über alle Aspekte der Zusammenarbeit.
- **SUSTAINABLE GUIDELINES FOR SUPPLIERS:** Nachhaltigkeitsleitlinien für die Bereiche Ökologie, Ökonomie und Soziales.
- **SEEBERGER IM URSPRUNG:** Persönlicher Check der Standards und der Rahmenbedingungen durch Seeberger bei Terminen mit Lieferanten im Ursprung. Bei diesen Audits erhalten wir eine hohe Transparenz und können die Lieferanten-Fragebögen (Supplier Questionnaire) für zukünftige Befragungen entsprechend modifizieren.
- **SUPPLIER QUESTIONNAIRE:** Digitalisierte Fragebögen für Lieferanten zur Selbstauskunft im Zweijahres-Turnus. Alle Fragen müssen beantwortet werden. Die Fragen werden unter anderem auf Basis der Besuche vor Ort individuell angepasst. So können wir den individuellen Entwicklungsprozess eines Lieferanten im Zeitverlauf verfolgen und entsprechende Impulse geben.



Das Seeberger Kreislauf-Monitoring für Nachhaltigkeit



Ein Nachhaltigkeitsindex für Lieferanten

Alle Lieferanten beantworten im Zweijahres-Rhythmus unsere Lieferanten-Fragebögen (Supplier-Questionnaire). Dass ein Lieferant diesen Fragebogen aussagekräftig beantworten kann, ist das Ergebnis vorhergehender Analysen. Für das Verständnis der Fragebögen und ihre entsprechend korrekte Beantwortung ist zum Beispiel die Art des Betriebs entscheidend: Handelt es sich um eine Farm, um einen verarbeitenden Betrieb oder um einen Zwischenhändler? Wie sind die individuellen Rahmenbedingungen vor Ort? Für jeden Lieferanten entsteht ein fortwährender Kreislauf aus Kontrollen, Fragebogen-Monitoring, Besuchen vor Ort, anschließender Modifikation der Fragebögen und gegebenenfalls der Seeberger-Einkaufsbedingungen. Ziel dieses Prozesses ist, im Lauf der Zeit einen individuellen Nachhaltigkeits-Index pro Lieferant zu entwickeln und gemeinsam Nachhaltigkeitsaufgaben anzugehen.

ENTWICKLUNG LIEFERANTEN-MONITORING ZUR NACHHALTIGKEIT

2012-2015

Nachhaltigkeitsleitlinien & Kommunikation ggü. Lieferanten, sukzessive Weiterentwicklung zu „Sustainability Guidelines for Suppliers“ als Teil der Einkaufsbedingungen

2016

„Supplier Questionnaire“ für Trockenfrüchte & Nüsse zur Selbstauskunft

2017

Analyse der Rückläufer des Fragebogens & Aufbau des Lieferantenbewertungssystems

2018

Weiterentwicklung des Fragebogens, Identifikation von Stärken & Schwächen

2019

2. Befragung Trockenfrüchte & Nüsse, Konzeption eines Lieferantenentwicklungsprogramms; Aufbau Fragebogen für Rohkaffee-Lieferanten

Transparenz kommt von Vertrauen

Warum sind uns Offenheit und Flexibilität im Monitoring-Prozess so wichtig? Weil sie unseren Werten entsprechen. Wir respektieren, dass die gesellschaftlichen, natürlichen und kulturellen Rahmenbedingungen für die Erzeugung hochwertiger Lebensmittel global sehr unterschiedlich sind, und dass sie von unseren Erwartungen

abweichen können. Und wir wissen, dass Lieferanten diese Haltung schätzen, dass sie unsere Glaubwürdigkeit bei Partnern stützt. Wertschätzung und Glaubwürdigkeit sind die Grundlage, auf der wir faire Partnerschaften auf Augenhöhe anbieten und einhalten. Sie sind die Basis für ein Vertrauen, dass Transparenz zulässt.

Beispiel Ghana

Wie gehören Nachhaltigkeit und Qualität zusammen?

Aus Ghana beziehen wir getrocknete Mangos. Wegen eines Qualitätsmangels mussten wir in der Vergangenheit eine Lieferung ablehnen. Erst bei einem Besuch vor Ort im Jahr darauf stellte sich heraus, dass unter dieser Reklamation das Einkommen der ganzen Region für drei Monate stark gelitten hatte. So wurde uns unmittelbar vor Augen geführt, wie eine Entscheidung in Deutschland sich direkt auf die Menschen und die ganze Region im Ursprung auswirken kann.

Als Kunde legen wir Wert darauf, dass unsere Qualitätsanforderungen erfüllt werden. Aber auch im Interesse unserer Lieferanten wollen wir in Zukunft einen solchen Vorfall unbedingt vermeiden. Im Rahmen unseres kontinuierlichen Verbesserungsprozesses, baten wir unseren beratenden Mikrobiologen Dr. Rolf Bäuerle daher um Unterstützung der Qualitätssicherung bei einem anderen Betrieb in Ghana. Anlass dafür war unsere umfangreichere Zusammenarbeit mit diesem Lieferanten, die heute für die ganze Region von wachsender wirtschaftlicher Bedeutung ist.



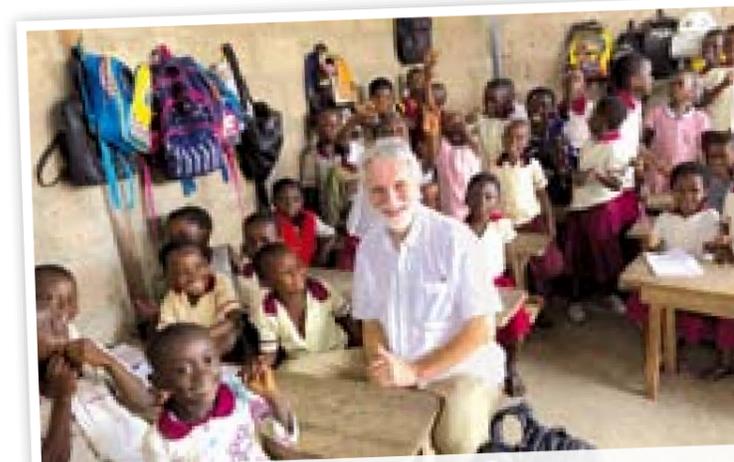
Interview mit Mikrobiologe Dr. Rolf Bäuerle

Dr. Bäuerle, Sie beraten uns als Mikrobiologe mit Ihrem Team seit vielen Jahren. In diesem Rahmen haben Sie auch Audits und Beratungen im Ursprung durchgeführt. Wie konnten Sie in Ghana helfen?

» *Das Projekt habe ich 2016 durch die Vermittlung von Seeberger kennengelernt. Die Produktion steht mitten im Farmland, nahe der Stadt Adeiso, neben Palmen und Lehmhütten. Ein motiviertes Team von über 700 Mitarbeitenden verarbeitet hier frische Früchte zu Trockenfrüchten. Für mich ging es um Beratung und um die Optimierung des Produktionsprozesses unter dem speziellen Blickwinkel der Faktoren Hygiene und Mikrobiologie.*

Hatte ihre Beratung auch Auswirkung auf das Thema Nachhaltigkeit?

» *Ich konnte wichtige Hinweise zur Be- und Verarbeitung dieser Produkte geben, die helfen, Reklamationen zu verhindern. Das hat direkte Effekte auf das Thema „Food-Waste“ und hilft, wertvolle Ressourcen vor Ort effizient zu nutzen und sie zu schonen. Darüber hinaus kann jetzt vermieden werden, dass Qualitätsmängel zu Reklamationen führen, die finanzielle Einbußen für die Region bedeuten können.*



Dr. Rolf Bäuerle in Ghana

Sie sind dem Land und den Menschen sehr verbunden. Was wünschen Sie sich für die Menschen dort?

» *In der Zusammenarbeit mit dem Produzenten habe ich gesehen, wie ich mit meinem Wissen helfen kann. Seit drei Jahren unterstütze ich als „Mikrobiologe ohne Grenzen“ weiterhin das Projekt. Ich wünsche mir, dass wir als Verbraucher die Leistung dieser Menschen anerkennen, ja wertschätzen. Gleichzeitig wünsche ich mir, dass Seeberger durch die Zusammenarbeit weiterhin die Firma, das Projekt und damit eine ganze Region unterstützt.*

Vielen Dank Herr Dr. Bäuerle

Prozesse, die (nach)wirken



Audits und Beratung in Ghana haben dazu beigetragen, dass auf beiden Seiten mehr Verständnis für die Zusammenarbeit entstanden ist. Wir verstehen kritische Abläufe im Herstellungsprozess besser. Unser Lieferant und seine Mitarbeiter haben dadurch Klarheit über die Anforderungen des europäischen Marktes und damit für die Maßstäbe unserer Qualität. Für beide Seiten gilt: Wir sind weiter zusammengewachsen.

AUS DIESER ERFAHRUNG LEITEN WIR ZWEI ZUSÄTZLICHE FAKTOREN FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT MIT ALLEN LIEFERANTEN IM URSPRUNG AB:

1. Ein Lieferant darf nicht seine komplette Ernte an uns verkaufen. So hat er den Spielraum, wirtschaftlich unabhängig von uns zu handeln. In diesem Bewusstsein können auch wir freie Entscheidungen, konform unserer Spezifikationen und zugunsten unserer Qualität, treffen.
2. Über die von uns erwartete Qualität muss im Ursprung Klarheit herrschen. Einkaufsbedingungen und Spezifikationen liefern dahingehend nicht nur Transparenz, sondern auch Sicherheit für beide Seiten.

Einkaufsbedingungen: Mindestanforderungen der Seeberger Sustainable Guidelines

- Arbeitsschutz in der Lieferkette
- Sozialstandards entlang der Lieferkette
- Einhaltung von Arbeits- und Rechtsvorschriften in der Lieferkette
- Faires Entgelt
- Soziale Grundsicherung bei Krankheit, Urlaub, Mutterschutz, Rente
- Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Keine Zwangsarbeit
- Keine ausbeuterische Kinderarbeit
- Geschlechtergerechtigkeit in der Lieferkette
- Keine physische, verbale oder finanzielle Diskriminierung aufgrund von ethnischer, nationaler Herkunft, Religion und Geschlecht
- Compliance: keine Bestechung, keine Korruption

Nationaler Aktionsplan (NAP)

Die Bundesregierung will mit dem Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte die Einhaltung von Menschenrechten in globalen Lieferketten durchsetzen. In der Diskussion ist ein entsprechendes Lieferkettengesetz. Von einem Lieferkettengesetz sind auch landwirtschaftliche Produkte wie Nüsse, Früchte und Kaffee betroffen und damit auch unsere Branche und unser Unternehmen. An einer entsprechenden Umfrage (Monitoring zum Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte) der Bundesregierung zum Nationalen Aktionsplan haben wir teilgenommen und können nahezu alle zukünftigen gesetzlichen Anforderungen heute schon erfüllen.

„Wir finden es richtig, dass klar geregelt ist, dass Unternehmen in Deutschland beim Einkauf von Rohstoffen und Vorprodukten Verantwortung dafür übernehmen müssen, wie der Rohstoff angebaut oder das Produkt hergestellt wird. Wir sind als Unternehmen davon überzeugt, dass wir nur mit einem fairen Einkauf auf Augenhöhe mit unseren Rohstoff-Partnern weltweit auch in der Zukunft bestehen können.“



Ralph Beranek,
Geschäftsführung



Handlungsfeld Arbeits- und Lebensbedingungen



SDG 1 KEINE ARMUT

1.1 Bis 2030 extreme Armut beseitigen

Aspekte Seeberger

- Seeberger-Einkaufsbedingungen, Sustainable Guidelines, Supplier Questionnaire
- ILO - Konventionen
- Faire Preise auf Basis von Produktionskosten
- Faire, existenzsichernde Löhne vor Ort
- Langfristige, verlässliche Partnerschaften
- Jahreskontrakte mit festen Garantiemengen, möglichst keine Zwischenhändler
- Wertschöpfung bleibt im Ursprung



1.3 Sozialschutzsysteme und -maßnahmen

Aspekte Seeberger

- Seeberger-Einkaufsbedingungen, Sustainable Guidelines, Supplier Questionnaire,
- ILO - Konventionen
- Transparenz über unsere Erwartungshaltung, abgesichert durch Produktspezifikationen, Monitoring-Prozess und Einkaufsbedingungen
- Beratung, Wissenstransfer und soziales Engagement im Ursprung

Monitoring Supplier Questionnaire

"The countries minimum legal wage is paid and the wage is sufficient to cover the cost of living?"



der befragten Lieferanten gaben an, dass sie den Mindestlohn zahlen UND dass der Lohn ausreichend ist, um die Basis-Lebenshaltungskosten/ Grundbedürfnisse zu decken.



SDG 3 GESUNDES LEBEN FÜR ALLE

3.9 Gefahr durch Chemikalien, Verschmutzung von Luft, Wasser und Boden verringern

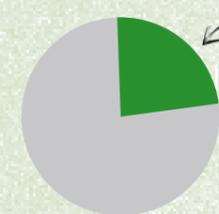
Aspekte Seeberger

- Seeberger-Einkaufsbedingungen, Sustainable Guidelines, Supplier Questionnaire
- Pestizid-Monitoring
- Negativ-Liste Pestizide für Lieferanten
- Wasser-Monitoring
- Arbeitsschutz in der Lieferkette

Monitoring Supplier Questionnaire

"Are pesticides (fungicides, herbicides) used? If yes, do you have a system in place to address pesticides usage or a pesticides management system?"

Alle Lieferanten verpflichten sich in den Einkaufsbedingungen, die Pestizide aus unserer Negativliste nicht einzusetzen. Diese Liste haben wir im Berichtszeitraum um die am häufigsten verwendeten Bienengifte erweitert.



der befragten Farmer gaben an, dass sie auch darüber hinaus keine weiteren Pestizide einsetzen. Die Farmer, die Pestizide einsetzen, gaben an, dass sie über ein Pestizid-Management-System verfügen.



SDG 5 GESCHLECHTERGLEICHSTELLUNG

5.1 Alle Formen der Diskriminierung von Frauen überall in der Welt beseitigen

Aspekte Seeberger

- keine Diskriminierung
- „equal pay“ - gleiche Bezahlung für gleiche Arbeit

Monitoring Supplier Questionnaire

"Do you provide equal opportunities for women and men?"



der befragten Lieferanten (Farmer und Händler) gaben an, dass für Männer und Frauen die gleichen Möglichkeiten angeboten werden.



6
CLEAN WATER AND SANITATION

SDG 6 SAUBERES WASSER UND SANITÄRVERSORGUNG

6.1 Zugang zu sauberem Trinkwasser für alle

6.2 Zugang zu Sanitärversorgung und Hygiene

6.4 Effizienz der Wassernutzung steigern

Aspekte Seeberger

- Festlegen von Qualitäts- und Hygienestandards im Ursprung
- Wassermanagement, -Monitoring, Bewässerungsschema
- Wasser/Brunnenbau-Projekte im Ursprung

Monitoring Supplier Questionnaire

„Are actions taken to reduce the water consumption or do you have a wastewater management system?“

75,8 %

der befragten Farmer gaben an, dass sie Maßnahmen ergriffen haben um den Wasserverbrauch zu reduzieren oder dass sie über ein Abwasser-managementsystem verfügen.

6

8
DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

SDG 8 NACHHALTIGES WIRTSCHAFTSWACHSTUM UND MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT

8.7 Abschaffung von Zwangsarbeit und Kinderarbeit

8.8 Sichere Arbeitsbedingungen, Schutz von Arbeitsrechten

Aspekte Seeberger

- Keine Zwangsarbeit
- Keine ausbeuterische Kinderarbeit, ILO,
- Teilnahme am Nationaler Aktionsplan Menschenrechte (NAP)

Monitoring Supplier Questionnaire

„Do you have a system or indications to ensure occupational safety?“

97,6 %

der befragten Lieferanten (Farmer und Trader) gaben an, dass sie über ein System oder über Maßnahmen zum Arbeitsschutz verfügen.

8

Eine Landwirtschaft für Generationen

Handlungsfeld Umwelt- verträgliche Landwirtschaft



Wir sind ein Familienunternehmen. Werte, ethische wie ökonomische, geben wir von Generation zu Generation weiter. Unseren Partnern in den Erzeugerländern zeigen wir, dass das auch für die Zusammenarbeit mit ihnen gilt. Mit loyaler Partnerschaft, die auch wegen der Übereinstimmung dieser Werte Bestand hat. Selbstverständlich ist es nicht nur in unserem Interesse, dass in den Erzeugerländern auf Basis einer Ressourcen schonenden und umweltverträglichen Landwirtschaft nachfolgende Generationen erfolgreich wirtschaften können. Und wir wissen, dass natürliche, politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen für eine umweltverträgliche Landwirtschaft länderspezifisch extrem unterschiedlich sind. Das respektieren wir in der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Und werden dabei sehr oft von ihrem Willen zu Veränderung inspiriert.

„Unsere Partner im Ursprung wollen auch in Zukunft auf ihrem Land und Boden Agrarprodukte ernten können und ihr Unternehmen an die nächste Generation weitergeben. Umweltverträgliche Landwirtschaft ist in ihrem hohen Eigeninteresse. Der Klimawandel und seine Folgen sind in ihren Ländern zum Teil schon deutlich spürbarer angekommen, als bei uns. Auch werden Folgen von Entscheidungen der Vergangenheit heute sichtbar. Jetzt ändert sich viel und der Wille zur Veränderung ist groß. Hier wie dort gilt: Unternehmen müssen investieren, alternativ bewirtschaften, moderner bewässern, Biodiversität erhalten. Wir als Kunden, also Seeberger, der Handel und die Endverbraucher müssen bereit sein, für diese Anstrengung mehr zu bezahlen. Denn Klimaschutz „for free“ gibt es nicht!“

Christian Liebsch,
Leiter Einkauf Food

Einkaufsbedingungen: Mindestanforderungen der Seeberger Sustainable Guidelines

- Sorgfältige Bewirtschaftung der Plantagen für beste Produktqualität
- So geringe Auswirkungen auf die Umwelt wie möglich
- Verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen Wasser, Boden, Energie
- Bewässerungsmanagement
- Pestizid- & Düngemittelmanagement: Einsatz von Pestiziden/Düngemitteln nur im absolut notwendigen Mindestmaß
- Negativliste für Pflanzenschutzmittel und Insektizide inklusive der am häufigsten verwendeten Bienengifte, also Insektiziden, die Bienen schaden können
- Keine Gentechnik
- Vermeiden von Monokulturen
- Erhalt und Förderung von Biodiversität
- Nahrungsmittelverluste verringern
- Energiemanagement/Emissionen
- Abfallmanagement
- Entwickeln und Anwenden von Alternativen zu Plastikverpackungen bei Ware, die im Ursprung für den Transport verpackt wird

Bio und Seeberger

Der ökologische Landbau ist eine Ressourcen schonende und umweltverträgliche Form der Landwirtschaft. Allerdings ist bisher weltweit auf den Märkten deutlich weniger Bio-Ware verfügbar, als konventionelle. Und nur ein Teil davon entspricht den Seeberger Qualitäts-Spezifikationen. Im Bio-Segment führen wir ein kleines, feines Sortiment Bio-Müsli und Bio-Porridge. Im Kaffeebereich setzen wir mit „Green-Label“ auf bio-zertifizierte Kaffees und ein nachhaltiges Sortiment an Zubehör. Der Trend in diesen Sortimenten: Die Nachfrage steigt. Auch die Zusammenarbeit mit unserem Tee-Partner „samova“ ist erfolgreich. Die samova-Tees sind bio-zertifiziert, ihre Verpackung ist nachhaltig und biologisch abbaubar.

Die Entwicklung unserer Bio-Sortimente im Handel beobachten wir genau. Inzwischen bietet Seeberger bereits ein umfangreiches Sortiment an Bio-Produkten. Handel und Verbraucher fordern „bio“ ein und sind bereit, die Bio-Qualität in der Preisgestaltung zu akzeptieren. Für unsere Bio-Lieferanten gelten die gleichen, partnerschaftlich-fairen Grundlagen, wie für alle Seeberger-Lieferanten. Zugesagte Einkaufsmengen wollen wir auch abnehmen. Bio-Waren sind in der von uns gewünschten Qualität nur in begrenzt verfügbaren Mengen auf dem Markt erhältlich. Weitere Bio-Sortimente können wir daher nur planen, wenn Nachfrage, Abnahmemengen und Produktqualität zusammenpassen.





Handlungsfeld Umweltverträgliche Landwirtschaft

2



SDG 2 KEIN HUNGER

2.4 Nachhaltigkeit der Systeme der Nahrungsmittelproduktion sicherstellen, Erhalt von Ökosystemen

Aspekte Seeberger

- Pestizid und Düngemittel-Monitoring
- Erhalt und Schutz von Naturschutzgebieten
- Mehr Ökolandbau
- Sortiment bis 2019 komplett palmölfrei

Monitoring Supplier Questionnaire

"Does your plantation/production/company border on an integral nature reserve?"

24 %

der befragten Farmer gaben an, dass ihre Plantagen an ein Naturschutzgebiet angrenzen. Der für uns wichtige Aspekt: Die Arbeit unseres Lieferanten verursacht keine negativen Effekte auf das Schutzgebiet.

2.5 Genetische Vielfalt bewahren

Aspekte Seeberger

- Biodiversität fördern und fordern
- Pestizid-Management, Negativliste Insektizide
- Keine Monokulturen
- Keine Gentechnik

Monitoring Supplier Questionnaire

"GMOS and products derived from or produced by GMOs are not used as food, processing aids, pesticides, fertilizers, soil improvers, seeds, vegetative propagating material, micro-organisms or animals in production. No GMOs are processed or stored (contamination with goods for Seeberger is not possible)."

100 %

der befragten Lieferanten verwenden keine GMOs (gentechnisch veränderte Organismen) gemäß oben aufgeführter Erklärung.

6



SDG 6 SAUBERES WASSER UND SANITÄRVERSORGUNG

6.3 Wasserqualität verbessern

6.4 Effizienz der Wassernutzung steigern

Aspekte Seeberger

- Wassermanagement: Bewässerungsschemata sind Bestandteil des Nachhaltigkeits-Monitoring
- Effiziente, sparsame Wassernutzung, Abwassermanagement-Systeme

Monitoring Supplier Questionnaire

"What kind of irrigation scheme is used for farming? Drip irrigation, sprinklers, etc."

"What kind of water is used for farming/production? Rain, recycled, ground, drinking water, etc."

100 %

der befragten Lieferanten haben diese Fragen mit Bezug auf ihr individuelles Wassermanagement beantwortet. Damit haben wir eine sehr gute Gesamt-Transparenz zu diesem Thema, auch wenn die Umsetzung Länder- oder Regionen spezifisch sehr unterschiedlich ist.

12



SDG 12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION

12.2: Nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen

Aspekte Seeberger

- Nutzung von Bioabfall zur Energiegewinnung im Ursprung. Beispiel: Nussschalen werden zum Heizen von Gewächshäusern verwendet

- Nutzung regenerativer Energie im Ursprung für den Produktionsprozess. Beispiel: Feigen werden auf Trocknungsfeldern in der Sonne getrocknet

12.3 Nahrungsmittelverschwendung verringern

Aspekte Seeberger

- Transparenz über Anforderung an die Qualität der Ware um Food-Waste zu vermeiden
- Garantierte Abnahme bestellter Ware

- Zweitverwertung. Beispiele: Aussortierte Stiele von Weinbeeren werden zu Tierfutter verarbeitet, aussortierte Sultaninen zur Herstellung von Essig verwendet

12.5 Abfallaufkommen deutlich verringern

Aspekte Seeberger

- Impulse und Anregung, Alternativen zu Plastikverpackungen schon im Ursprung zu entwickeln

Monitoring Supplier Questionnaire

"Do you have implementations to reduce the use of plastic, or do you use sustainable alternatives for plastic?"

100 %

der befragten Lieferanten gaben an, dass sie Maßnahmen ergriffen haben, um den Plastikverbrauch zu reduzieren oder Alternativen zu Plastik einsetzen.

SDG 15 LEBEN AN LAND

15.5. Verschlechterung der natürlichen Lebensräume verringern, dem Verlust biologischer Vielfalt ein Ende setzen

Aspekte Seeberger

- Wo immer möglich, wird Biodiversität gefördert und gefordert
- Ablehnung von Monokulturen
- Pestizide und Düngemittel nur im absolut notwendigen Mindestmaß

Monitoring Supplier Questionnaire

"Do you have measures to increase the species richness at the plantation (e.g. special or traditional varieties, hedges and/or tree groups, endemic species, etc.)"

55 % der befragten Farmer bestätigten dies.

Wie haben sich unsere Ziele im Berichtszeitraum entwickelt?

ZIELE AUS BERICHT 2016/2017

Bis 2019 entwickeln wir eine Lieferantenumfrage für den Bereich Kaffee

Herausforderung: Komplexe Lieferketten und Kaffee-Rezepturen aus verschiedenen Blends von unterschiedlichen Produzenten. Transparenz ist deutlich schwieriger zu erreichen, als im Trockenfrucht- und Nussbereich, da der Weg des Kaffees über viele Zwischenhändler und Kooperativen geht. Zwar haben wir einen umfangreichen Fragebogen entwickelt, doch die Resonanz war sehr unterschiedlich und im Fazit nicht hinreichend aufschlussreich.



Ausblick: Wir waren schon in allen Anbauregionen unserer Kaffees im Ursprung. Doch wir wollen noch mehr Transparenz. Daher suchen wir nach Partnern, die uns diese Transparenz geben und/oder arbeiten mit unseren aktuellen Lieferanten an mehr Transparenz in der Lieferkette.

Best Practice: Unser „Jubiläumskaffee 1844“, limitierte Produktlinie zum 175. Jubiläum. Bei diesem Kaffee haben wir Transparenz in der Lieferkette bis zur Plantage der „Finca Verona“ in Matagalpa, Nicaragua. Unser Ziel ist es, den Anteil solcher Kaffees zu erhöhen.

Bis 2020 beziehen wir 90 Prozent unserer Produkte direkt im Ursprung und kennen die Lieferanten und Plantagen vor Ort

Herausforderung: In der Branche kennt man oft nur den Importeur oder den Verarbeitungsbetrieb eines Produkts. Unser Anspruch ist: Transparenz in der Lieferkette bis zur Plantage. Nur so können wir alle Parameter unserer Einkaufsbedingungen für den Erzeugungsort konkret abfragen und bewerten. Zum aktuellen Zeitpunkt haben wir unser Ziel erreicht. Sobald wir jedoch ein neues Produkt einführen oder einen Lieferanten wechseln müssen, startet der Prozess im Monitoring-Kreislauf von vorne.

Ausblick: Unser Monitoring-Fragebogen muss den jeweiligen Erzeuger oder Verarbeiter im Ursprung „erreichen“. An diesem Ziel halten wir fest und arbeiten weiter daran. Nur wenn wir dieses Transparenz-Niveau bis in den Ursprung halten, funktioniert unser Monitoring und damit unsere Anstrengung für mehr Nachhaltigkeit in der Lieferkette. Nur so können wir die Aufgaben in der Lieferkette ermitteln und an Maßnahmen arbeiten.

Best Practice: Finca Verona, Nicaragua, und ihr Kaffee auch als Bestandteil der Blends, seit einigen Jahren im Einsatz. Viele der Trockenfrucht und Nuss-Lieferanten, zum Beispiel Cranberries (Kanada), Weinbeeren (Südafrika/Türkei), Aprikosen und Feigen (Türkei), Datteln (Tunesien), Bio-Soja aus Deutschland.



Bis 2020 kennen und bewerten wir bei über 80 Prozent unserer Lieferanten die sozialen und ökologischen Auswirkungen auf Basis unserer Fragebögen (Supplier Questionnaire)

Herausforderung: Die Basis für unsere Bewertung sind die Antworten aus den Lieferanten-Fragebögen. Diese erhalten wir allerdings aus der Perspektive des antwortenden Lieferanten. Je nach Ebene (z.B. Farmer oder Händler) in der Lieferkette oder Standort des Lieferanten (Land/Region) werden die abgefragten Aspekte unterschiedlich wahrgenommen. Oft stellen wir daher fest, dass wir die Fragebögen individuell anpassen müssen: bessere Verständlichkeit, Bewusstsein für den in der Frage gespiegelten Nachhaltigkeitsaspekt. Bei unseren Audits vor Ort überprüfen wir den Status Quo. Uns ist bewusst, dass dies nur einen stichprobenartigen Ausschnitt wiedergibt. Daher müssen wir darauf vertrauen, dass die Fragen wahrheitsgemäß beantwortet und auch „gelebt“ werden.

Ausblick: Aus den Rückläufen unserer Fragebögen lernen wir. Wir arbeiten laufend daran, sie zu verbessern, sodass Lieferanten sie so zielführend wie möglich beantworten können. Ziel unseres Lieferanten-Monitoring ist nicht, Lieferanten miteinander zu vergleichen. Vielmehr ist uns wichtig zu sehen, wie sich ein einzelner Lieferant im Vergleich zum Vorjahr entwickelt hat. Auf dieser Basis können wir individuell an Fortschritten arbeiten.

Best Practice: Grundsätzlich ist für uns der Best Case eine ehrliche Beantwortung der Fragebögen, auch von kritischen Fragen. Wir fragen, lernen und verstehen besser. So entstehen Bindung und Vertrauen und die Bereitschaft zu Veränderung.

Beispiel: Beim Produkt Mandeln ist Kalifornien ein Hot Spot zu Biodiversität im Kontext Bewässerung und Bienthematik. Unsere erste Reaktion: Modifizierung des Fragebogens und Anpassung (Erweiterung) der Negativliste

Pestizide. Nächster Schritt: Wie kann Nachhaltigkeit auch bei großen Plantagen umgesetzt werden? Besuch der „Sustainability Tour Kalifornien“ im Februar 2020 durch Geschäftsführer Ralph Beranek. Die Herausforderungen vor Ort sind bekannt. Auch wegen öffentlicher Kritik besteht dringender Handlungsbedarf. An entsprechenden Sustainability Programmen wird, mit wissenschaftlicher Unterstützung, gearbeitet.



Bis 2020 identifizieren wir individuelle Handlungsfelder im Ursprung und erarbeiten individuelle Entwicklungsprofile für unsere Lieferanten

Herausforderung und Fazit: Unser Eindruck aus den ersten Rückläufern des aktuellen Fragebogen-Turnus zeigt: Wir wollen mehr zu den Themen Saisonarbeiter und Biodiversität von unseren Lieferanten erfahren.

Neue Fokusthemen Biodiversität und Saisonarbeiter: Biodiversität bedeutet für uns zunächst das Vermeiden von Monokulturen. Für die Biodiversität sind Mischkulturen besser, da sie zum Beispiel mehr Nahrungsquellen für unterschiedliche Boden-Lebewesen bieten. Das können auch sogenannte „Nützlinge“ sein, die Pflanzen-Schädlinge fressen. Auch wirtschaftlich sind Mischkulturen von Vorteil, da bei einem Ernteausfall nicht die komplette Ernte verloren geht. Bei Saisonarbeitern ist uns wichtig, dass sie angemessen untergebracht sind und bezahlt werden. Biodiversität und Saisonarbeiter haben wir als Fokusthemen für die Zukunft identifiziert, denn hier sehen wir Handlungsbedarf und Entwicklungsmöglichkeiten.

Ausblick: Erster Schritt: Wir haben unsere Fragebögen in Bezug auf die neuen Fokusthemen Biodiversität und Saisonarbeiter modifiziert. Antworten erwarten wir mit den Rückläufern im nächsten Turnus 2021. Dann erfahren wir mehr zu diesen Themen und können gezielt daran arbeiten.

Ziele im nächsten Berichtszeitraum

- **FOKUSTHEMA Saisonarbeiter:** Bis 2023 ermitteln wir die Bedingungen für die Beschäftigung von Saisonarbeitern bei Lieferanten
- **FOKUSTHEMA Biodiversität:** Bis 2023 steigern wir den Index für Biodiversität bei Lieferanten mit identifiziertem Handlungsbedarf auf den Durchschnittswert von 2019
- Erheben eines Nachhaltigkeitsindex für Lieferanten anhand des Fragebogens zur Selbstauskunft im zweijährigen Rhythmus (2019; 2021; 2023; 2025; ff)
- Bis 2025 steigern wir den Nachhaltigkeitsindex insgesamt um 10 Prozent
- Bis 2025 loben wir einen Seeberger-Nachhaltigkeitsaward für unsere Lieferanten aus



- Handlungsfelder -
Standort Ulm -

Effizienz und Fokus

Handlungsfeld Effizienz und Klimabilanz



Das Thema Effizienz hat viele Dimensionen für uns. Dass wir effizient wirtschaften, versteht sich von selbst: Ressourcen und Energie planvoll und effektiv zu nutzen, ist schon wirtschaftlich in unse-

rem Interesse. Im Verlauf der letzten Jahre haben wir zwei für uns besonders relevante Bereiche identifiziert: Unsere Fokusthemen Klima und Verpackung.

Fokusthema Verpackung

Nachhaltigkeit und Produktschutz

Schon seit einiger Zeit beschäftigen wir uns mit der Herausforderung nachhaltiger Verpackungslösungen. Immer brisanter wird die Verschmutzung der Weltmeere und unseres Ökosystems durch Plastik. Das zeigt uns, dass wir handeln müssen. Damit sind wir nicht allein, viele Unternehmen stehen vor ähnlichen Fragen wie wir. Und doch müssen wir einen individuellen Weg finden. Er muss unseren Ansprüchen an hohe Produktqualität gerecht werden und damit auch

den Erwartungen unserer Kunden. Verbraucher achten zunehmend auf umweltfreundliche und recyclingfähige Verpackungen. Auch sie wollen Plastikabfälle reduzieren oder ganz vermeiden. Als Schnittstelle zwischen Hersteller und Verbraucher strebt der Lebensmitteleinzelhandel eine tragende Rolle beim Thema nachhaltiger Konsum an. Das tun auch wir. Nachhaltige Verpackungen stehen ganz oben auf unserer Agenda.



Fokusthema Verpackung - Unsere Ziele

- Bis 2021 analysieren wir gemeinsam mit den Erzeugern unsere Abfälle und suchen nach alternativen Trennsystemen, um diese in einem Kreislaufsystem wiederverwerten zu können
- Bis Ende 2021 stellen wir weitestgehend alle Seeberger-Verpackungen auf alternative, nachhaltigere Verpackungslösungen um.

Die Aufgabe einer Seeberger-Verpackung

Die Seeberger-Verpackung muss optimalen Schutz bieten. Unsere Partner weltweit bauen Trockenfrüchte, Nüsse und Kaffees in bester Qualität für uns an. Ihr Geschmack ist natürlich, aromatisch, einzigartig. Die Verpackung muss ihr wertvolles Innenleben vor Licht und Sauerstoff schützen. Nur dann bleiben die vielfältigen Aromen und der natürliche Geschmack auf ihrer langen Reise vom Ursprung bis zu unseren Kunden perfekt erhalten.

Rahmenbedingungen auf der Suche nach einer nachhaltigen Verpackung:

1. Nicht jedes Verpackungsmaterial oder jede Verpackungsalternative bietet den nötigen Schutz
2. Nachhaltige Verpackungslösungen müssen ganzheitlich gedacht sein
3. Jedes Produkt braucht individuellen Schutz durch die Verpackung

Wir verfolgen aktuell zwei Lösungsansätze:

Materialeinsparungen von bis zu 20 Prozent bei all unseren Kunststoffverpackungen

Eine Umstellung auf 100 Prozent recycelbare Monoverbundfolien („Cradle to Cradle“- Ansatz)

Was haben wir bisher erreicht

- **Erster Meilenstein bei der Reduktion von Verpackungsmaterial.** Seit dem Frühjahr 2020 haben wir im Handel eine neue und dünnere Foliengeneration beim Flachbeutelformat eingeführt. Das Ergebnis: 20 Prozent weniger Verpackungsmaterial bei gleichem Produktschutz.
- **Guter Fortschritt bei unserem Ansatz: „Cradle to Cradle“.** Die dünnere Verpackungsfolie ist eine Monoverbund-Folie. Das für die Folie verwendete Material kann sortenrein getrennt und bis zu 100 Prozent recycelt werden. Als Rezyklat kann es zum Beispiel als Sekundärrohstoff zu neuen Kunststoffprodukten verarbeitet werden.
- **Weniger Verpackungsmaterial:** Wir reduzieren die Höhe unserer Beutelverpackungen soweit technisch möglich und sparen so deutlich Verpackungsmaterial ein. Bereits zwölf Seeberger-Produkte im Zipper-Standbeutel wurden um zwei Zentimeter gekürzt. Das entspricht einer Materialeinsparung von rund fünf Prozent. 4.250 Kilogramm Material haben wir so in den ersten neun Monaten 2020 eingespart.
- **Nachhaltig knüllen:** Seit Januar 2020 nutzen wir bis zu 100 Prozent recyclingfähiges Knüllpapier für unsere Kartonagen und Umverpackung. Es schützt unsere Produkte beim Versand mit der Post.
- **Einsatz von mehr recyclingfähigem Material für Umverpackungen:** Aktuell nutzen wir bei Kartonagen 2/3 Frischfaser, 1/3 Recyclingmaterial. Ein guter Kompromiss für stabile und damit sichere Transportverpackungen.
- **Erfolgreiche „Piloten“ Kaffee und Tee:** Unser Kaffee-Sortiment „Green-Label“ erhält eine um neun Prozent dünnere Folie. Vorhandene Foliensorten werden allerdings nicht entsorgt, sondern zuerst aufgebraucht. Unser Ziel bis Ende 2021 ist auch hier eine bis zu 100 Prozent recyclingfähige Monoverbundfolie ohne Metall, beziehungsweise Metallisierung, einzuführen.
- **Auch ein Weg für uns?** Wir beobachten gute Alternativen aus nächster Nähe: Unser Partner „samova“ verwendet gartenkompostierbare Folien bei Verpackungen, sie verrotten innerhalb von rund 50 Tagen.
- **Mit den bisherigen Modifikationen konnten wir bis zu 20 Prozent Material bei unseren Flachbeuteln einsparen.** Das hat weitere positive Effekte auf die Nachhaltigkeit: Wir reduzieren unseren ökologischen Fußabdruck. Gleichzeitig verhindert die fortgesetzt perfekte Haltbarkeit, dass Lebensmittel unnötig weggeworfen werden.



Interview mit Christina Kirschner, Produktmanagerin

Interview zur nachhaltigen Verpackung



Liebe Christina Kirschner,

Sie haben sich seit 2019 mit dem Projektteam „Nachhaltigere Verpackungen“ einer komplexen Aufgabe gestellt. Was wollen Sie herausfinden?

» *Wir suchen nach einer Verpackungsstrategie für Seeberger, die insgesamt die geringsten Ressourcen verbraucht, langfristig nachhaltig ist und die unsere Umwelt so wenig wie möglich belastet. Die Herausforderung ist, dass gleichzeitig weder bei der Qualität, noch beim Produktschutz, der Maschinen-Gängigkeit und der Haltbarkeit Abstriche gemacht werden dürfen.*

Wie sind Sie vorgegangen?

» *Plastik ist so allgegenwärtig, dass es keine universelle Wunderwaffe dagegen gibt. Die Lösung erfordert einen ganzheitlichen Ansatz. Unsere Verpackungsvision orientiert sich am „Zero-Waste-Prinzip“: refuse, reduce, reuse, recycle“, sowohl zu Beginn des Lifecycles als auch am Ende. Das bedeutet, wir wollen schon bei der Herstellung auf umweltfreundlichere Verpackungen setzen. Notwendig eingesetztes Kunststoffmaterial wollen wir weitestgehend reduzieren sowie eine bis zu 100 Prozent recyclingfähige Monover-*

bundfolie einsetzen. Sie kann am Ende des Lifecycles zu einem neuen Erzeugnis, beziehungsweise Sekundärrohstoff verarbeitet werden.

Zu welchem Ergebnis sind Sie nach Abwägung der Vor- und Nachteile aktueller Lösungsmöglichkeiten gekommen?

» *Kunststoffe aus nachwachsenden Rohstoffen, wie bio-basiert oder bio-abbaubar schließen wir zum aktuellen Zeitpunkt aus. Die Gründe dafür sind, dass wir bei den essentiellen Anforderungen zu Haltbarkeit, Verfügbarkeit, Maschinen-Gängigkeit, Preis und Kreislaufwirtschaft noch keine final zufriedenstellende Lösung gefunden haben. Die Entwicklungen in diesem Bereich haben wir weiter im Blick. Aus heutiger Sicht, konzentrieren wir uns auf die Reduktion von Kunststoffmaterial und den Einsatz umweltfreundlicher, recyclingfähiger Monomaterialien. Hier hat Seeberger schon viel erreicht. Wir bleiben selbstverständlich am Ball, mit immer neuen Ansätzen und Vorschlägen.*

Vielen Dank Frau Kirschner

Unsere Fachleute für Effizienz? Sind direkt vor Ort

Wer weiß besser, wo Potentiale schlummern, wie man Prozesse schlanker macht, mehr Energie, Material oder Zeit spart, als unsere Expertinnen und Experten an ihren Arbeitsplätzen? Aus unseren Fachbereichen kommen die besten Ideen, Strukturen und Workflows effizienter und damit nachhaltiger zu gestalten. Das können vermeint-

lich kleine Schritte sein, wie Änderung der Produktionsreihenfolge an einer Anlage, gedankliche Impulse über die „7 Arten der Verschwendung“ aus der Seeberger-Ideenwerkstatt oder größere Investitionen, wie die in eine besonders effiziente Druckluftanlage.



Unsere Ziele

- **Bis 2019:** Verbesserung der Datenqualität durch Einbau von Stromzählern in einzelnen Bereichen. Nun können wir die Verbräuche besser zuordnen und gezielt Maßnahmen zur Reduktion des Stromverbrauchs ableiten.
- **2018 bis 2022:** Aufbau unseres Food-Waste-Projektes: Optimierungen in den Produktionsprozessen, um Lebensmittelabfälle weiter zu reduzieren. Aktuell liegt der Anteil an Lebensmittelabfällen unter einem Prozent im Verhältnis zur Gesamttonnage. Bis 2022 wollen wir Lebensmittelabfälle um 10 Prozent reduzieren gegenüber dem Basisjahr 2018.

Fokusthema Klima

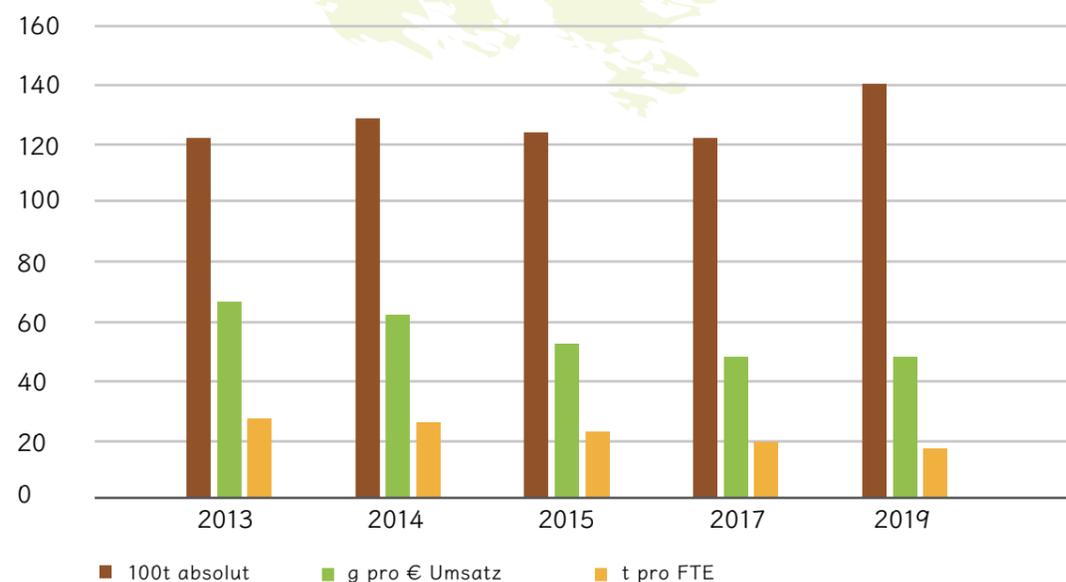
Die Seeberger Klimaschutzstrategie

Seit 2012 erstellen wir im zwei Jahres Rhythmus eine Klimabilanz. Unsere erste Klimabilanz 2013 definierte das Basisjahr, also die Bezugsgröße für den Vergleich unserer Treibhausgasemissionen in den Folgejahren, vor allem im Hinblick auf unsere Ziele. Die erste Bilanzierung unserer Emissionswerte in Berichtsform in 2013 war außerdem der Auftakt für unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung. Unser Ziel damals: zehn Prozent weniger CO₂-Emissionen bis 2018. Die Auswertungen für 2017 waren für uns also ein Meilenstein. Und das Ergebnis? Unsere absoluten Treibhaus-

gasemissionen waren im Zeitraum 2013 bis 2018 nicht nur um die geplanten zehn, sondern um 21 Prozent gesunken. Darauf sind wir stolz, denn der Klimaschutz ist von hoher Bedeutung für uns:

- die Veränderung des Weltklimas beeinträchtigt die Erzeugung unserer Produkte
- unsere Klimabilanz zeigt als Kontroll- und Steuerungsinstrument neben den erzielten Einsparungen auch die grundsätzlichen Hebel für Veränderungen und die entsprechenden Aufgaben
- dafür haben wir am Standort in Ulm gute Gestaltungsmöglichkeiten

Entwicklung der THG-Emissionen



Unsere Klimaschutzstrategie: Neues Basisjahr 2019

2017 haben wir unser Ziel aus dem Basisjahr 2013 mehr als erreicht. Damit haben wir einen Meilenstein unserer Klimaschutzstrategie erreicht und den Betrachtungszeitraum 2013 bis 2018 abgeschlossen. Allerdings nicht, ohne uns ein neues ambitioniertes Ziel zu setzen:

Fokusthema Klima - Unser Ziel

Bis 2025: Senken der Treibhausgas-Emissionen um weitere **zehn Prozent**.
Unser Ausgangspunkt ist das neue Basisjahr 2019.

Das neue Basisjahr 2019 markiert den erfolgreich abgeschlossenen Betrachtungszeitraum unserer Klimaschutzstrategie bis 2018. Aber nicht nur: Für eine solide Vergleichsbasis zukünftiger Klimabilanzen mussten wir berücksichtigen, dass sich das Unternehmen und damit die Ausgangslage für die Bewertungen sehr verändert haben. Für 2019 wurden daher die bisher gesteckten Bilanzierungsgrenzen deutlich erweitert, um:

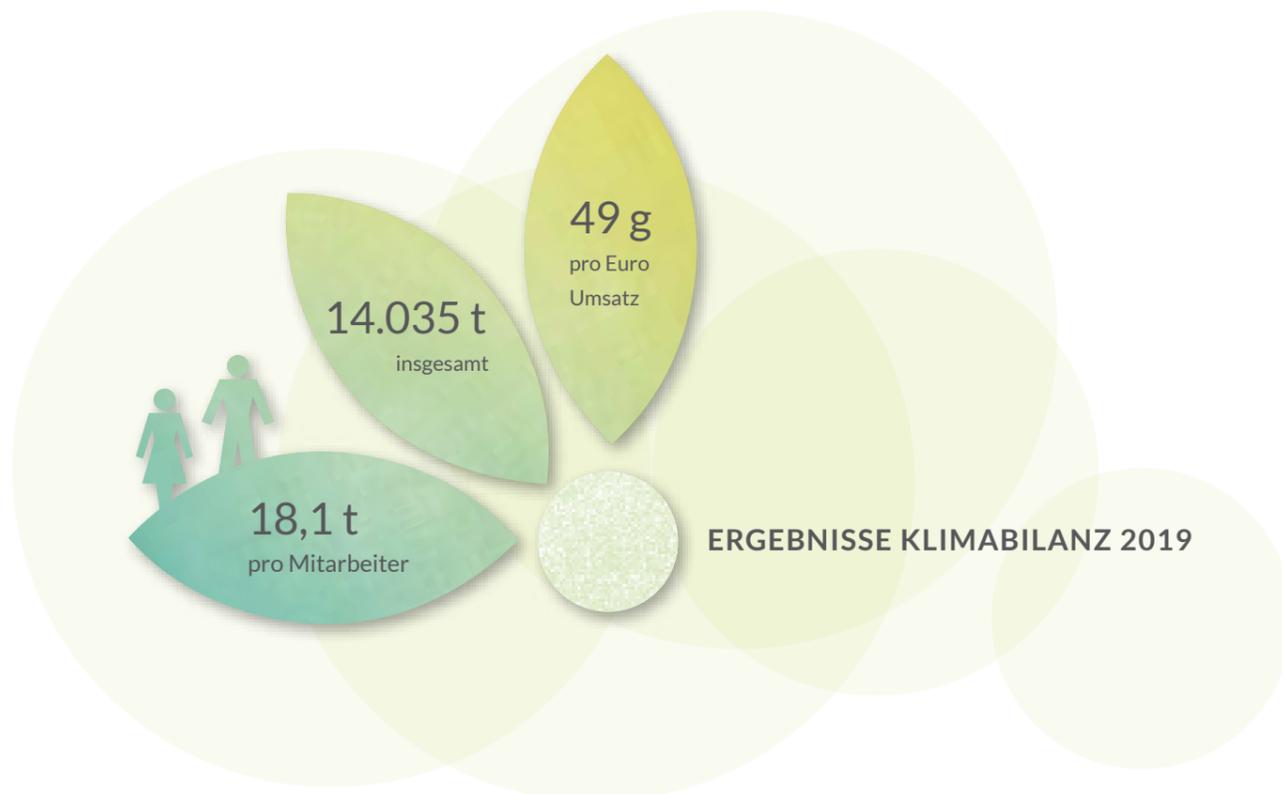
- den Unternehmensbereich Professional
- den Neubau der Seeberger-Genusswelt (Bauphase)
- weitere Unternehmenszukäufe
- die Neugliederung unserer Geschäftsbereiche am Standort in Ulm: Seeberger-Genusswelt, Seeberger-Professional sowie die neuen Niederlassungen

mit den entsprechenden Ergebnissen in der Klimabilanz 2019. Sie sind der neue Maßstab für den Vergleich in den kommenden Jahren bis 2025.

Die Ergebnisse unserer Klimabilanz 2019

Die Bilanzierung unserer Treibhausgasemissionen erfolgt nach den Standards des Greenhouse Gas Protocols (GHG). Betrachtet werden die Aspekte Stromverbrauch, Prozesswärme, Kältemittel und Schutzgase, Heizwärme, Wasser und Abwasser, Fuhrpark, Dienstreisen, Distribution und Importlogistik. Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2019 durch die Seeberger GmbH 14.035 Tonnen Treibhausgase emittiert. Das entspricht 49 Gramm CO₂ pro Euro Umsatz oder 18,1 Tonnen CO₂ e pro Mitarbeiter. Dieser Anstieg ist dem beschriebenen Wachstum und den

entsprechend neu gesetzten Bilanzierungsgrenzen geschuldet. Allerdings, obwohl die Treibhausgasemissionen insgesamt zwar stiegen, sind sie pro Mitarbeiter gesunken. Unser Ziel, bis 2025 im Rahmen der geänderten Bilanzierungsgrenzen zehn Prozent der Treibhausgas-Emissionen einzusparen, ist ehrgeizig. Einsparpotential sehen wir auf Basis der vorliegenden Werte vor allem im Geschäftsbereich Professional und Handel für den Fuhrpark (z.B. Elektromobilität) sowie in der Eigenstromproduktion über Photovoltaik auf dem Dach der Seeberger-Genusswelt.



Handlungsfeld Effizienz und Klimaschutz



SDG 7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE

7.2 Anteil erneuerbarer Energie bis 2030 erhöhen

Aspekte Seeberger

- 100 Prozent erneuerbare Energie, Bezug von Ökostrom seit Januar 2014
- Grüner Eigenstrom durch Photovoltaikanlage, 80.000 kWh im Jahr

7.3 Energieeffizienzrate bis 2030 verdoppeln

Aspekte Seeberger

- Klimabilanz und Verbrauchs-Monitoring
- Strategische Zielsetzung Ressourcen-Effizienz in allen Fachbereichen
- Fokusthemen mit Monitoring und Ziel



SDG 9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR

9.4 Infrastruktur modernisieren, um sie nachhaltig zu machen

Aspekte Seeberger

- Neubau „Seeberger-GenussWelt“ Fertigstellung Winter 2020: Photovoltaik und Fernwärme, kein Tropenholz, sondern regionale Hölzer, möglichst heimische oder europäische Baumaterialien, Dienstleistungen von Firmen aus der Region mit langfristigen Partnerschaften. Zentrale Wasseraufbereitung (weniger Wasserfilter), Nassmüllentsorgung für Bioabfälle (weniger Transporte und geeignet für Biogasanlage)
- Abwärme-Konzepte, Monitoring der Energieverbräuche je Gebäude: keine Gesamterfassung mehr, bessere Nachvollziehbarkeit der Energieverbräuche, laufende Prüfung von Optimierungspotenzial
- Modernes und energieeffizientes Hochregallager, energieeffiziente Kälteanlagen

- Seeberger Professional: energieeffiziente Kaffee- und Snackautomaten beim Kunden, Digitalisierung wie zum Beispiel Telemetrie, elektronische Datenübertragung zur Wartung der Kaffee- und Snackautomaten beim Kunden, weniger Kontrollfahrten
- Neue Druckluftanlage: „Viele unserer Verpackungs- und Logistikanlagen werden mit Druckluft betrieben. Die etwas in die Jahre gekommenen Druckluftkompressoren erfüllten die Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen nicht mehr. Bei der Neuanschaffung fiel unsere Wahl auf ein innovatives, von Fresenius zertifiziertes und mit dem Innovationspreis Bayern ausgezeichnetes Konzept mit Öl freiem Schraubverdichter und hoher Energieeffizienz. Für die Umrüstung erhielten wir einen „Förderbetrag für Energie-Effizienz“ des Wirtschaftsministeriums. Unser ausgewähltes Konzept überzeugte in den Punkten Qualität, Kosten und Umwelt.“
Teamleitung Haustechnik, Wolfgang Beck





SDG 12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION

12.2 Nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung natürlicher Ressourcen erreichen

Aspekte Seeberger

Mobilität, Services und Transportlogistik

- Keine Flugtransporte, sondern Schiffstransporte, Vollauslastung bei Containern
- „GoGreen“-Paket- und Postversand
- Mitarbeiter-Mobilität: Angebot von „Twogo-App“ als digitale Plattform im Zusammenschluss dreier Nachbarunternehmen, für Fahrgemeinschaften von und zur Arbeit im Donautal, kostenfreie Busfahrkarten, „Job-

Rad“ für Mitarbeiter - Seeberger zahlt monatlichen Zuschuss

- Videokonferenzen statt Meetings und bei Dienstreisen mehr Bahnfahrten
- E-Tankstelle für Firmen-PKW, ab 2021 auch für Kunden. In Planung: E-Bike Tankstelle, Ausbau E-Tankstellen Komplettlösung für Dienstwagenflotte inklusive Ladestationen für zuhause.
- Mitarbeiterversorgung/Seeberger-Kantine: regionale Lieferanten, bevorzugt Handwerk (Metzger die selber schlachten, Bäckereien, die selbst backen), saisonales Angebot

Seeberger-Mitarbeiter Initiativen (Beispiele)

Initiativen der Fachabteilungen: Beispiel „einführen eines Siebtisches für die Packerei Trockenfrucht“: *„In der Packerei führen Salzablagerungen, Produktstaub und Bruchware zu Ausschuss. Dazwischen ist aber gute, verwendbare Ware. Den Siebtisch haben wir aus einem anderen Produktionsbereich geliehen, um zu testen, ob die gute Ware wieder in den Verpackungsprozess rückgeführt werden kann. Tatsächlich bewahren wir nun acht bis zehn Kilo vor der Entsorgung. Täglich! Und wir haben jetzt unseren eigenen Siebtisch.“* Martin Simmendinger, Einrichter Produktionsanlagen

Seeberger Ideenwerkstatt: 39 Ideenwerkstatt-Managerinnen und Manager kümmern sich um die Optimierung am Arbeitsplatz, wie beispielsweise das Vermeiden von Verschwendung. Beispiel „Arbeitsabläufe effizient gestalten: KVP oder die Kunst, Schwieriges einfach zu lösen“.



- **Interne Auditoren:** Evaluieren, diskutieren und verbessern gemeinsam mit den Seeberger-Teams in den Fachabteilungen die Qualität von Prozessen und Abläufen.
- **Seeberger Dispo-Kreise:** Beispiel „Dispo-Kreis Handel“ und „Dispo-Kreis Kaffee“. Meetings zur Prozessoptimierung, Sicherung der Lieferfähigkeit, Vermeiden von Überbeständen.
- **Seeberger NaturWelt-Botschafter:** Seeberger Mitarbeiter-Initiative mit dem Ziel, Prozesse unternehmensübergreifend mit „Guerilla-Taktik“ zu optimieren. Zum Beispiel: Suchmaschine „ecosia“ statt „Google“, Drucker-Einstellungen im ganzen Unternehmen standardisieren, ausgemusterte Handys und Laptops spenden, Thementage zu Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeits-Projekte, Dialog, Kommunikation, Handlungsvorschläge und Impulse in alle Fachabteilungen.

12.3 Nahrungsmittelverschwendung auf Einzelhandels- und Verbraucherebene und entlang der Produktionskette reduzieren

Aspekte Seeberger

- Mindesthaltbarkeitsangaben, Verpackungsgrößen, Verbrauchsangaben und -tips.
- Food-Waste-Projekt 2018 - 2022

12.4 Umweltverträglicher Umgang mit Chemikalien und Abfällen

Aspekte Seeberger

- Betriebliches Abfallmanagement: Feste Kennzahlen, regelmäßiges Reporting
- Einheitliche Entsorgungsstruktur für Mülltrennung und Recycling
- Sensibilisierung aller Mitarbeiter in allen Bereichen (Farbsysteme, Kommunikation)

12.5. Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung verringern

Aspekte Seeberger

- Fokusthema nachhaltige Verpackung

- Papiereinsparung wo immer möglich, zum Beispiel bei der Korrespondenz, Rechnungsstellung



SDG 13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

13.2. Klimaschutzmaßnahmen in Strategien und Planungen einbeziehen

Aspekte Seeberger

- Seit 2013 Klimaschutzstrategie und Klimabilanz
- Nachhaltigkeitsbeauftragte im Direkt-austausch mit Geschäftsführung (Assistenz der Geschäftsführung)
- Dialog und Kommunikation Initiative „Seeberger-NaturWeltbotschafter“, Nachhaltigkeitsberichte, Mitarbeiterzeitschriften und Website
- Aus- und Weiterbildung

Zusammenarbeiten bei Seeberger

Handlungsfeld Mitarbeiter und Gerechtigkeit



Rund 850 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind bei Seeberger beschäftigt. Gemeinsam arbeiten wir daran, dass unsere Produkte in Top-Qualität in rund 65 Länder der Welt geliefert werden können. Dass sie sicher sind und so auch bei unseren Kunden ankommen. Rund 100.000.000

Seeberger-Packungen werden pro Jahr an 260 Arbeitstagen verladen. Jeden Tag verlassen etwa 400.000 Seeberger-Produkte unser Haus in allerbestem Zustand. Wir denken, das ist nur möglich, weil wir alle für Eines stehen: Dass unsere Produkte halten, was wir als Marke versprechen.

Wie wir Seeberger gemeinsam gestalten

„Zukunft ist nur möglich durch ständigen Wandel“, so steht es in unserem Geschäftsbericht. Das klingt selbstverständlich und einfach. Wir wissen aber auch: Wandel bedeutet Anstrengung, Flexibilität, Mut und er kostet viel Zeit. Die letzten zwei Jahre des Berichtszeitraums haben uns erneut gezeigt: Wandel bei Seeberger ist möglich, weil unsere Teams ihn aktiv mitgestalten. Das zeigen die vielen Arbeitskreise und Initiativen für Prozess-Optimierungen und Qualitätssicherung. Oder die Bereitschaft sich weiterzubilden, sich auf Neues einzulassen und an jedem Arbeitsplatz über bessere Arbeitsabläufe nachzudenken. Unsere Mitarbeiter gestalten den Wandel und „machen“ die Zukunft. Und unser wirtschaftlicher Erfolg ist auch ihrer: 2019 konnten wir sie über ihre Mitarbeiterbeteiligung wieder am Unternehmensgewinn beteiligen (Lesen Sie dazu auch unser Interview mit Dr. Julius Rohm, Seite 15/16).



Arbeiten bei Seeberger in Zahlen:

2013 Mitarbeiter bei Seeberger gesamt

	Vollzeit / Teilzeit			befristet / unbefristet / Azubis			
	Vollzeit	Teilzeit	Gesamt	befristet	unbefristet	Azubis	Gesamt
Männlich	230	7	237	20	202	15	237
Weiblich	161	83	244	35	196	13	244
			481				481

2014 Mitarbeiter bei Seeberger gesamt

	Vollzeit / Teilzeit			befristet / unbefristet / Azubis			
	Vollzeit	Teilzeit	Gesamt	befristet	unbefristet	Azubis	Gesamt
Männlich	256	10	266	27	228	11	266
Weiblich	191	79	270	34	227	9	270
			536				536

2015 Mitarbeiter bei Seeberger gesamt

	Vollzeit / Teilzeit			befristet / unbefristet / Azubis			
	Vollzeit	Teilzeit	Gesamt	befristet	unbefristet	Azubis	Gesamt
Männlich	289	8	297	31	247	19	297
Weiblich	201	77	278	30	230	18	278
			575				575

2016 Mitarbeiter bei Seeberger gesamt

	Vollzeit / Teilzeit			befristet / unbefristet / Azubis			
	Vollzeit	Teilzeit	Gesamt	befristet	unbefristet	Azubis	Gesamt
Männlich	323	9	332	37	274	20	331
Weiblich	214	82	295	25	250	21	296
			627				627

2017 Mitarbeiter bei Seeberger gesamt

	Vollzeit / Teilzeit			befristet / unbefristet / Azubis			
	Vollzeit	Teilzeit	Gesamt	befristet	unbefristet	Azubis	Gesamt
Männlich	347	9	354	35	295	23	353
Weiblich	224	80	304	27	260	18	305
			658				658

2018 Mitarbeiter bei Seeberger gesamt

	Vollzeit / Teilzeit			befristet / unbefristet / Azubis			
	Vollzeit	Teilzeit	Gesamt	befristet	unbefristet	Azubis	Gesamt
Männlich	479	8	487	19	447	21	487
Weiblich	255	98	353	23	316	14	353
			840				840

2019 Mitarbeiter bei Seeberger gesamt

	Vollzeit / Teilzeit			befristet / unbefristet / Azubis			
	Vollzeit	Teilzeit	Gesamt	befristet	unbefristet	Azubis	Gesamt
Männlich	485	12	497	35	441	21	497
Weiblich	254	99	353	28	313	12	353
			850				850

Wissensmanagement & Teamgeist

- **Unsere Wissenskultur:** Oder auch "Training on the Job". Wir fördern und unterstützen den Austausch von Wissen, Erfahrung und Kompetenz über alle Bereiche, Teams, Hierarchien und Generationen. Das gilt auch für Erfahrungs- und Expertenwissen zu Themen der Nachhaltigkeit.
- **Weiterbildung:** Wir bilden fort, mit externen und internen Seminaren und Workshops zu Themen wie Smart Business, Wissensmanagement und Digitalisierung. Dazu haben wir auch eine moderne E-Learning-Plattform entwickelt, mit der Mitarbeiter online individuell an Schulungen teilnehmen können. Karrieren fördern wir mit unserem Nachwuchsförderprogramm PEP@Seeberger. Außerdem arbeiten wir in Partner-Programmen mit der Hochschule Neu-Ulm, bieten Praxissemester sowie die Möglichkeit zu praxisbegleiteten Bachelorarbeiten.
- **Prozesse und Initiativen der Mitwirkung:** zum Beispiel unsere „Seeberger-Ideenwerkstatt“ mit vielen Anregungen zur Verbesserung von Arbeitsabläufen, die Arbeitskreise in den Fachbereichen oder unser Prozess „EVA“ für eigenverantwortliches Arbeiten. Mitarbeiter in der Produktion werden geschult, Prozessabläufe eigenverantwortlich zu prüfen. Der Effekt: eine nachhaltige Qualitätsverbesserung, schnellere Lieferfähigkeit und deutlich verkürzte Freigabeprozesse.
- **Organisations- und individuelle Entwicklung:** Wir fördern eine offene und partizipative Arbeits- und Gesprächskultur. Jeder bei Seeberger trägt zu einem wertschätzenden und respektvollen Miteinander bei. Team- und individuelle Karriereentwicklung sind Bestandteil der Personalentwicklung und von Trainings für beispielsweise Feedback- und Mitarbeiter-Gespräche.
- **Team-Spirit** fördern und zeigen wir auch außerhalb der Arbeit, zum Beispiel beim Sport: mit engagierten Seeberger-Teams beim Drachenbootrennen, dem Ulmer Frauenlauf, dem AOK-Firmenlauf oder einem Hindernislauf. Einmal im Jahr gehen wir mit allen Azubis auf einen spannenden Ausflug und jedes Jahr feiern wir gemeinsam die Weihnachtszeit.



Nachhaltigkeitswissen:

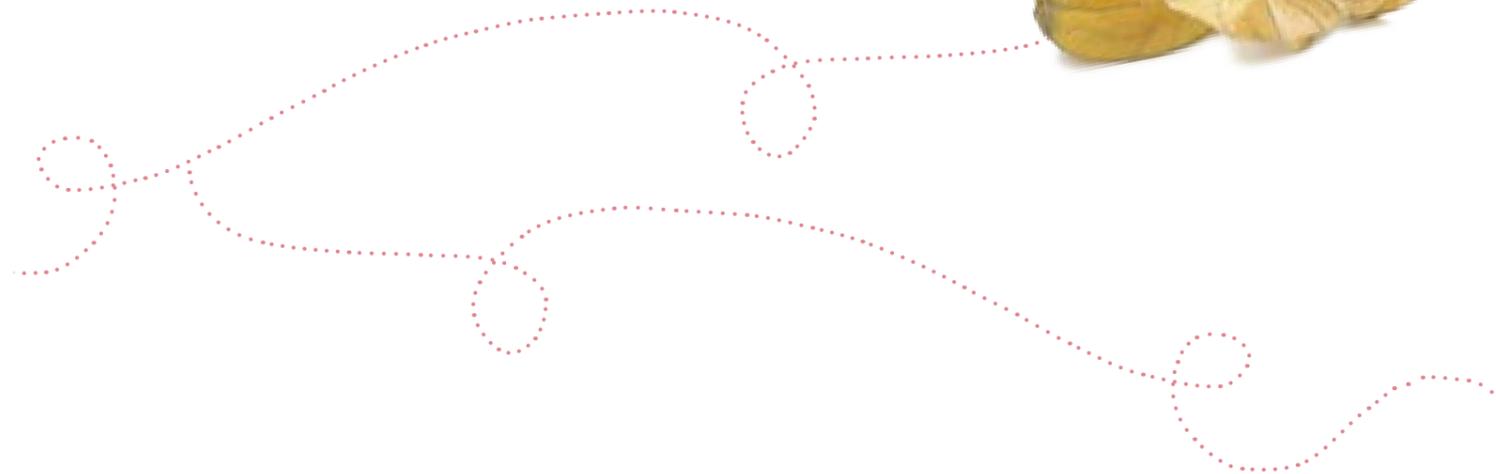
Wissen für mehr Nachhaltigkeit

Nehmen wir die Physalis. Die kleine, orange Beere findet man in unserem „Trail-Mix“ oder „Beeren-Nuss-Mix“. Eigentlich stammt sie aus Ecuador und Kolumbien. Dort wird sie von über tausend Kleinbauern im Andenhochland auf bis zu 3.000 Metern über dem Meer angebaut. Physalis gedeihen ganzjährig und sind für den Erzeuger eine sichere, nicht saisongebundene Einkommensquelle. Auch, weil sie eine gute Alternative zum umweltbelastenden Anbau von Schnittblumen

oder von Mais oder Kartoffeln bieten. Für den arbeitsintensiven Anbau von

Physalis zahlen wir faire Preise, mit denen die Produzenten langfristig planen und investieren können.

Diese Informationen verreisen nicht automatisch mit den kleinen Früchten nach Deutschland. Aber sie sind wichtig für ein gutes Verständnis nachhaltiger Effekte bei der Erzeugung im Herkunftsland. Deshalb machen wir sie zum Bestandteil unserer Mitarbeiterkommunikation, zum Beispiel in Mitarbeiterzeitschriften oder auf unserer Website. Auch unsere Mitarbeiterinitiative für innerbetriebliche Projekte zur Nachhaltigkeit, die „Natur-Weltbotschafter“, setzt auf die Kommunikation in internen Medien. Alle zwei Jahre informieren wir mit unserem Nachhaltigkeitsbericht und unserer Klimabilanz, wie wir uns entwickeln. Jedes Jahr starten wir ein internes Azubi-Projekt zu einem Nachhaltigkeitsthema. An der IHK Ulm begleiten wir das Azubi-Projekt „Energie Scouts“: Unsere Energie-Scouts werden ausgebildet, Energieverschwendung im Unternehmen zu finden, Verbesserungen anzuregen und umzusetzen.



Balance für Arbeit und Leben

Nicht nur, aber auch weil wir bei allem Wandel und Wachstum ein Familienunternehmen sind, steht bei uns der Mensch im Vordergrund. Uns ist wichtig, dass wir uns fair, wertschätzend und respektvoll begegnen. Dafür arbeiten wir an transparenten, flachen und partizipativen Strukturen. Ein gutes Miteinander fördern wir auch mit einer Vielzahl abwechslungsreicher Aktivitäten außerhalb des Arbeitsalltags. Unser Programm „Seeberger family“ bietet eine Vielzahl von Leistungen für eine persönliche, individuelle Work-Life Balance.



Seeberger
FAMILY

Seeberger family

Wir glauben an gute Arbeit. Und daran, dass sie dann besonders gut ist, wenn die Balance von Arbeit und Leben stimmt. Unsere Mitarbeiter unterstützen wir

bei der Vereinbarkeit von Beruf & Familie:

Werks-Kita, Eltern- und Teilzeit für beide Eltern, flexible Arbeitszeiten, Schulkinderbetreuung, Kontaktprogramm Elternzeit

mit unserem Leuchtturmprojekt Beruf & Pflege:

Partnerprojekt für die Organisation des Pflegealltags mit Informationsveranstaltungen, Pflegelotsen für die Begleitung zum Tagespflegeplatz, zeitnahe Vermittlung Tagespflegeplatz

durch Gesundheit, Sport und Freizeit:

Lauftrainings, Kooperation Fitnessstudio, Reinigungs-, Post- und Schneiderservice, Mitarbeiter-Einkauf, Finanzberatung, vergünstigter Eintritt (Legoland, Skitagespässe, Basketball)

Gesunde und sichere Arbeitswelten

Ein Seeberger Gesundheitstag? Absolut empfehlenswert meint Karin Gutte, HR Business Partner bei Seeberger:

» *„Sport treiben, dem Stress vorbeugen, ergonomische Beratung: Es gibt so vieles, was man tun kann, um fit und gesund zu bleiben. Unser Gesundheitstag mit Beratung, Gesundheitschecks und Tests ist ein super Impuls, um loszulegen oder, wenn nötig, auch mal auszubremsen.“*



Arbeitssicherheit und Gesundheit sind wichtige Themen für uns. Schon seit einigen Jahren läuft zum Beispiel unser Programm „Null Unfälle“. Das Resultat zeigt sich nicht nur an den geringen Fallzahlen. Auch die Beitragszahlungen an die Berufsgenossenschaft wurden deutlich geringer. Ihre Höhe bemisst sich an Kosten, die durch Arbeitsunfälle bei uns entstehen, im Verhältnis zu denen anderer Unternehmen. Was wir im Berufsalltag sonst noch bieten? Massageangebote zur Entspannung zwischendurch, Stressprävention, Job-Rad und zweimal im Monat unsere betriebsärztliche Sprechstunde.

Wir sind wieder unter den Top 3 der besten Arbeitgebermarken der Region

So lautet das Ergebnis der „Employer Branding Studie“ der Hochschule Neu-Ulm. Sowohl 2018 als auch 2019 erhielten wir wieder den „Employer Branding Award“. Er ist eine Auszeichnung in Folge einer Befragung von 1.000 Studierenden zu Bekanntheit, Attraktivität und Sympathie der 30 umsatzstärksten Unternehmen mit Hauptsitz in der Region Ulm.





Handlungsfeld Mitarbeiter und Gerechtigkeit

4



SDG 4 HOCHWERTIGE BILDUNG

4.4 Zahl der Jugendlichen und Erwachsenen erhöhen, die über fachliche und berufliche Qualifikationen für eine menschenwürdige Arbeit und Unternehmertum verfügen.

Aspekte Seeberger

Aus- und Weiterbildung, Karriere-Entwicklungsprogramm, Kooperation mit der Industrie und Handelskammer und Universität Neu-Ulm, Nachwuchskräfteentwicklung PEP, Führungskräfteentwicklung, „Qualität in Führung“ und Praktikumsplätze

4.7 sicherstellen, dass alle Lernenden notwendige Kenntnisse und Qualifikation zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben

Aspekte Seeberger

Information und Sensibilisierung aller Mitarbeiter, „Traning on the Job“, Initiative Naturweltbotschafter, Azubiprojekte, Kunden- und Mitarbeiter-Zeitschriften, Nachhaltigkeitsberichte,

4.5 geschlechterspezifische Disparitäten in der Bildung beseitigen, Zugang der Schwachen in der Gesellschaft zu allen (Aus-) Bildungsebenen gewährleisten

Aspekte Seeberger

Girls Day, Qualifikation und Weiterbildung von Frauen

4

5



SDG 5 GESCHLECHTERGLEICHSTELLUNG

5.1 Alle Formen der Diskriminierung beenden
Aspekte Seeberger

Chancengleichheit in allen Unternehmensbereichen, Betriebsrat, Mitarbeiterprogramm Seeberger family, vielseitige Maßnahmen Vereinbarkeit Familie und Beruf sowie Beruf und Pflege

5.5 Volle Teilhabe von Frauen in Führungsrollen
Aspekte Seeberger

Ziel: Ausbauen des Frauenanteils in Führungspositionen. (Aktueller Status in der Geschäftsführung, 1. Führungsebene: 4 männlich; 2. Führungsebene: 5 männlich, 3 weiblich)

5

10



SDG 10 WENIGER UNGLEICHHEITEN

10.2 Alle Menschen zu Selbstbestimmung befähigen und ihre soziale, wirtschaftliche und politische Inklusion fördern

Aspekte Seeberger

Chancengleichheit in allen Unternehmensbereichen, Betriebsrat, Behindertenvertretung, Suchtbeauftragte, Integration von Geflüchteten: Seit

Herbst 2019 bilden wir einen Azubi aus Somalia aus. Ein Auszubildender aus Pakistan hat seine Ausbildung erfolgreich abgeschlossen.

10





SDG 12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION

12.6 Unternehmen ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen

Aspekte Seeberger

Nachhaltigkeitsberichte seit 2013, Kunden- und Mitarbeiter-Magazine, Website und digitale Kommunikation

12.8 Sicher stellen, dass Menschen überall Informationen/Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung verfügen

Aspekte Seeberger

Verbraucher: „For a better Planet“ Verpackungskommunikation auf allen Kanälen mit umfangreichen Details auf Website, Sensibilisierung aller Mitarbeiter, Initiative Naturweltbotschafter, soziales und ökologisches Engagement, Azubi-Projekte, Seeberger-Stiftungen

12



SDG 13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

13.3 Aufklärung und Sensibilisierung sowie institutionelle Kapazitäten im Bereich Abschwächung des Klimawandels sowie der Frühwarnung verbessern

Aspekte Seeberger

Nachhaltigkeitskommunikation mit Berichten und Website, Klimaschutzstrategie, Teilnahme Mittelstands-Initiative, Projekte mit IHK „Energie-Scouts“, Mitarbeiter-Programme (Rad zur Arbeit, kostenfreier ÖPNV)

13



SDG 16 FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTION

16.5 Korruption und Bestechung in allen Formen erheblich reduzieren

Aspekte Seeberger

Compliance Management System (Zertifizierung), Code of Conduct, wertorientierte Firmenphilosophie

14

Unsere Ziele

Ziele bis 2019 im Berichtszeitraum:



Code of Conduct

Erstellen eines verbindlichen Code of Conduct: Wird 2020 finalisiert und ausgegeben

Beruf & Pflege

Erstellen eines Konzepts für die Vereinbarkeit von Beruf und Pflege: Abgeschlossen und mit entsprechenden Angeboten in Mitarbeiterprogramm

Compliance Management System

„Seeberger family“ integriert Erweiterung des Compliance Management Systems um Korruption inklusive Whistleblowing abgeschlossen

Ziele 2020/2021



Führungskompetenz

Zusätzliche Förderung der Führungskompetenz durch Workshops: 100 Prozent der Bereichs- und Abteilungsleiter erhalten eine individuelle Potenzialanalyse zur Förderung ihrer Führungskompetenz

PEP

40 Prozent der PEP@ Seeberger-Teilnehmer sollen eine weiterführende Funktion übernehmen

Compliance Management System

Zertifizierung des Compliance Management Systems



– Die Stiftungen –



Sternschnuppen für Kinder –

Die Stiftung der Inhaberfamilie

2014 gründeten die Seeberger Gesellschafter Clemens Keller und seine Frau Alexandra die private und unabhängige Stiftung „Sternschnuppen für Kinder“. Die Stiftung wird von der Seeberger GmbH finanziert und entscheidet über Ihre Projekte völlig unabhängig von wirtschaftlichen Interessen. Diese Unabhängigkeit ist uns wichtig. Die Stiftung hilft Kindern und Jugendlichen in schwierigen Lebensumständen in den Herkunftsländern unserer Produkte. Gemeinsam mit erfahrenen

Projektpartnern, wie dem zertifizierten Hilfswerk „Vivamos mejor“ (Projekte in Lateinamerika), setzen wir im Land Projekte nach dem Grundsatz „Hilfe zur Selbsthilfe“ um. Diese Projekte, sowie unsere weitere finanzielle Unterstützung, ermöglichen den Menschen, sich aus eigener Kraft und dauerhaft bessere Lebensbedingungen zu schaffen. Unser Schwerpunkt gilt den Bereichen Landwirtschaft und Ernährung, unseren Seeberger-Kernthemen.

Die „Sternschnuppen für Kinder“-Projekte

Uns ist wichtig, dass die Maßnahmen unserer Projekte nachhaltig wirken. Dafür sollen sie nach Projektabschluss weitergeführt werden können. Aus diesem Grund müssen kommunale und lokale Organisationen und Institutionen in die Projekte eingebunden werden. So können die im Projektzeitraum erfolgreich eingeführten Veränderungen und Fortschritte von den Dorfgemeinschaften

selbst fortgesetzt werden. Wir schließen ein Projekt dann ab, wenn unsere Zielsetzung erreicht ist. Im Anschluss besuchen unsere Projektpartner die Dorfgemeinschaften regelmäßig, um zu bewerten, ob die Maßnahmen nachhaltig wirken und die gewünschten Effekte anhalten (Hilfe zur Selbsthilfe). Berichte über die Besuche fragen wir aktiv bei unseren Partnerorganisationen ab.

Abgeschlossene Projekte:

- Maya-Kinder lernen für die Zukunft (2015-2017)
- Kleinbauern verbessern ihr Einkommen mit Honig & Kaffee (2015-2017)
- Ausgewogene Ernährung für Maya-Kinder (2017-2018)
- Chancenreicher Start ins Schulleben (2015-2017)



Aktuelle Projekte

Guatemala - Ein gelungener Start ins Leben (2019-2021)

Maya-Familien im Hochland des Departements Sololá in Guatemala ziehen ihre Kinder unter schwierigen Bedingungen auf. Sie leben in einfachen Unterkünften und versorgen sich über eigenen Anbau und mit Gelegenheitsjobs. Viele können die grundlegenden Bedürfnisse ihrer Kinder nach Hygiene, ausreichender Ernährung

und angemessenen Entwicklungsmöglichkeiten nicht erfüllen. Strenge Erziehungsmethoden sind verbreitet. Untersuchungen zufolge kommen 89 Prozent der Maya-Kinder mit Entwicklungsverzögerungen in den Kindergarten, über 60 Prozent sind chronisch unterernährt.

Die Projektziele:

Ganzheitliche Entwicklung im Fokus

Das Projektteam fördert mit einem integrierenden Ansatz die kognitiven, emotionalen und motorischen Fähigkeiten von Kindern und setzt dabei bei den Eltern an.

Beratung zu Ernährung und Kinderrechten

Eine partizipative Haushaltsbefragung zeigte, dass indigene Mütter wenig über die Kleinkindernährung wissen. Fachpersonen beraten daher die Mütter zum Thema stillen und altersgerechte Ernährung. Sie sensibilisieren für Anzeichen von Unterernährung und motivieren dazu, Kinder im Gesundheitszentrum regelmäßig wiegen und messen zu lassen. Schwangere Frauen werden auf die Bedeutung von Voruntersuchungen aufmerksam gemacht

und ermutigt, ihre Kinder impfen zu lassen. Schulungen und Hausbesuche finden in indigenen Sprachen statt und respektieren lokale Werte.

Förderung von Kinderrechten

Gewalt als Bestrafungsmittel ist weit verbreitet. Deshalb sensibilisieren indigene Sozialarbeiterinnen Familien für den Kinderschutz sowie für Kinderrechte und regen zu positiven Erziehungspraktiken an.

Von der Geburt bis zur Einschulung

Das Projekt ergänzt ein aktuelles Engagement im Bereich der zweisprachigen Vorschulbildung. Es fokussiert sich auf die ersten Lebensjahre, die für die Entwicklung eines Kindes besonders prägend sind.



Projektpartner und Leitung: Vivamos Mejor.

Weitere Partner: Asociación Vivamos Mejor, Panajachel, Guatemala

Pakistan - Gezielte Hilfe und besserer Schutz vor Naturkatastrophen

(2017 - offen)*

Starker Monsunregen und Überschwemmungen sind Folgen des Klimawandels. Die Menschen im Bezirk Rajanpur in Pakistan sind immer wieder den Folgen von Naturkatastrophen ausgesetzt. Großflächige Überschwemmungen zerstören Häuser, Bewässerungssysteme, Felder und die Grundlagen für die Viehzucht. Eine falsche Bewirtschaftung trägt zusätzlich zu den hohen Verlusten bei. Hinzu kommen Armut, fehlende

Bildung und eine unzureichende Gesundheitsversorgung. Mit strukturellen Maßnahmen zur Trinkwasserversorgung, Bewässerung und Saatgutversorgung sowie Aufklärung und Weiterbildung tragen wir dazu bei, dass die vierzig Dorfgemeinschaften im Distrikt Jampur widerstandsfähig gegen Katastrophen sind. Sie erreichen so eine signifikante und langfristige Verbesserung ihrer Lebensgrundlagen.



Projektpartner: humedica und Pak Mission Society (PAK)

Indien - Medizinische Versorgung mit Gesundheitscamps (2017 - offen)*

Menschen in entlegenen Gegenden und Dörfern in Indien haben keinen Zugang zu Medikamenten und medizinischer Versorgung. Seit vielen Jahren unterstützt unsere Betriebsärztin Dr. Cornelia Hänssler-Schoetensack, einmal auch direkt vor Ort, die Organisation UPPAHAR. UPPAHAR bietet in abgelegenen Regionen regelmäßig eintägige

Gesundheitscamps an. Im Berichtszeitraum konnten zwei Gesundheitscamps durchgeführt und viele hundert Menschen behandelt werden. Mit unserer Unterstützung war die Finanzierung der Gesundheitscamps, der Medikamente und des medizinischen Personals vor Ort gesichert.

» »
„Was ich an diesen Tagen der Gesundheitscamps erleben durfte, werde ich nie wieder vergessen. 753 und 1.293 Patienten, darunter viele Kinder und Schwangere wurden untersucht und kostenlos mit Medikamenten versorgt. Die Menschen kamen von weit her und warteten geduldig Stunden lang. Keiner musste unversorgt nach Hause gehen.“
 « «

Dr. Cornelia Hänssler-Schoetensack

STIFTUNG
 STERNSCHNUPPEN FÜR KINDER

Weitere Informationen zur
 Stiftung finden Sie unter
www.sternschnuppenfuerkinder.de



*Projektende offen, da abhängig vom nächsten Bericht des Projektpartners.

Lokales, standortbezogenes Engagement

Seit vielen Jahren unterstützen wir auch lokale Projekte in der Region Ulm. Dazu gehören unter anderen:

- Die „Julius Rohm-Stiftung“, die sich für den denkmalgerechten Erhalt der Hauptkirchenbauten in Neu-Ulm und Ulm engagiert. Sie wurde 2007 von Dr. Julius Rohm zu Ehren seines Vaters Julius Rohm gegründet.
- Der Förderkreis für Tumor- und Leukämiekranken Kinder Ulm e.V., den wir mit dem Erlös aus kreativen Mitarbeiter-Spendenprojekten unterstützen.



26. Regenbogenfahrt 2018 der deutschen Kinderkrebsstiftung
 Erwachsene Tour-Teilnehmer, die alle im Kindes- und Jugendalter selbst an Krebs erkrankt waren. Sie besuchen die jungen Patienten und ihre Familien in den Kliniken und wollen ihnen damit in der belastenden Zeit der Therapie, Mut und Zuversicht vermitteln.



Azubi Baumpflanzaktion 2018



Radeln für einen guten Zweck.
 Sportliche Initiative für den Ulmer Förderkreis für Tumor- und Leukämiekranken Kinder von Seeberger-Team Martin Gräter und Luca Stöhr: 1.920 Kilometer in 17 Tagen. „Erfahrene“ Spendensumme: 2.500,00 Euro



Spendensammlung zum „Tag des Kaffees“ für die Sternschnuppen für Kinder Stiftung

GRI Inhaltsverzeichnis (Index)

GRI-Nr.	GRI-Kurzbeschreibung	Seite	Inhalt, Hinweise und Ergänzungen
GRI 102 - ALLGEMEINE ANGABEN			
Organisationsprofil			
102-1	Name der Organisation		Seeberger GmbH
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	17	Die Seeberger Produktwelten
102-3	Hauptsitz der Organisation		Hans-Lorensen-Straße 36, 89079 Ulm
102-4	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist		Hauptsitz in Deutschland. Vertriebsbüros in China (Shanghai), Frankreich (Paris) und im Baltikum (Riga).
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		Die Seeberger Familien KG ist die 100-prozentige Eigentümerin der Seeberger GmbH
102-6	Belieferte Märkte	26	Übersicht Herkunftsländer und Absatzmärkte
102-7	Größe der Organisation	73	Gesamtzahl der Beschäftigten: 2018: 796,72 (Vollzeitäquivalent) 2019: 804,97 (Vollzeitäquivalent)
			Gesamtzahl der Geschäftsstandorte: Hauptgeschäftsstandort: Hans-Lorensen-Str. 36, Ulm. Tochterfirma Seeberger Professional, Klein-Kollenburg-Straße 42, 47877 Willich
			Nettoumsatzerlöse 2018: 256,3 Mio.€ Nettoumsatzerlöse 2019: 270,8 Mio. €
			Gesamtkapital: keine Angaben zur Gesamtkapitalisierung
			Aus Wettbewerbsgründen keine Angaben zur Menge der gelieferten Produkte und Dienstleistungen.
102-8	Angaben zu Beschäftigten	73	Arbeiten bei Seeberger in Zahlen (Tabellen)
102-9	Lieferkette der Organisation	39	Seeberger Lieferkette
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		Neubau Genusswelt (Fertigstellung 2020) Übernahme deutscher Kundenstamm Maas, Kooperation Samova
102-11	Vorsorgeansatz der Organisation	19	Seeberger Qualität Audits und Zertifizierungen
102-12	Externe Initiativen		Für die Berichterstattung wurden international anerkannte Standards wie das Greenhouse-Gas-Protokoll und die Richtlinien der Global Reporting Initiative angewendet. Seit 2015 beteiligen wir uns am Global Compact, der weltweiten Initiative der Vereinten Nationen für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Ab 2020 Anwendung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Entsprechenserklärung ab 2021.
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen		Wichtige Mitgliedschaften, bei denen die Seeberger GmbH auf Führungsebene eine Position inne hat, an Projekten oder Arbeitsgruppen teilnimmt oder die Mitgliedschaft als strategisch betrachtet: - Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V. - Industrie- und Handelskammer Ulm - Fördergemeinschaft Baden-Württemberg - Senat der Wirtschaft (bis 2016) - Waren-Verein der Hamburger Börse - SA2 GS1 Germany - Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. - ASU - die Familienunternehmen - Bundesverband Mitarbeiterbeteiligung - AGP - BDSI Bundesverband der deutschen Süßwarenindustrie e.V. und German Sweets
Strategie			
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	33	Unser Leitbild für Nachhaltigkeit - „For a better Planet“
Ehtik und Integrität			
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	11	Tradition und Zukunft Unser Leitbild für Nachhaltigkeit
Unternehmensführung			
102-18	Führungsstruktur der Organisation		4 Geschäftsführer (Ralph Beranek: verantwortlich für das Warengeschäft, Clemens Keller: Verantwortlich für Produktion und Verwaltung, Raphael Steinberg: verantwortlich für Seeberger Professional, Gerald Lindinger: verantwortlich für Finanzen und IT) Seit 2015 ist Nachhaltigkeit in den Unternehmenszielen verankert.
Einbindung von Stakeholdern			
102-40	Liste der einbezogenen Stakeholder-Gruppen	29	Unsere Stakeholder
102-41	Prozentsatz der Angestellten, die unter Tarifverträgen fallen		
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	29	Die Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder hat sich nicht verändert. Sie ist im Nachhaltigkeitsbericht 2013 beschrieben.
102-43	Ansatz für Einbindung der Stakeholder	29	Der Ansatz für die Einbindung der Stakeholder hat sich nicht verändert. Er ist im Nachhaltigkeitsbericht 2013 beschrieben.
102-44	Wichtige Themen und vorgebrachte Anliegen	30	Wesentlichkeitsmatrix
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
102-45	Einbezogene Unternehmenseinheiten		Von der Berichterstattung abgedeckt werden der Hauptstandort in Ulm sowie alle Tochtergesellschaften mit Sitz in Deutschland.
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	37	Naturwelt - Unsere Nachhaltigkeitsstrategie
102-47	Liste der wesentlichen Themen	38	Handlungsfelder
102-48	Neudarstellung von Informationen		keine wesentlichen Änderungen
102-49	Änderungen in der Berichterstattung		Weiterentwicklung des Wesentlichkeitsprozesses siehe Wesentlichkeitsmatrix. Zur neuen Berechnungsgrundlage der Klimabilanz siehe Fokusthema Klima S. x
102-50	Berichtszeitraum		01.01.2018 bis zum 31.12.2019
102-51	Veröffentlichung des letzten Berichts		01.09.2018
102-52	Berichtszyklus		2-jährig
102-53	Kontaktstelle für Fragen bezüglich des Berichts		Verena Schädler, Nachhaltigkeitsbeauftragte, naturwelt@seeberger.de
102-54	Die von der Organisation gewählte „In Übereinstimmung“-Option		Dieser Bericht wurde in Anlehnung an den GRI-Standard „Kern“ erstellt.
102-56	Externe Prüfung		Externe Erstellung der Klimabilanz, ohne Erstellung eines Prüfberichts
GRI 103 MANAGEMENTANSATZ			
103-1-3	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	38	Naturwelt - Unsere Nachhaltigkeitsstrategie: Über diesen Bericht; Seeberger Handlungsfelder
GRI 200 ÖKONOMIE			
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	15	Geschäftszahlen
204-1	Anteil lokaler Lieferanten		Einkauf international
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden		Alle
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung		keine
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		keine
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung		keine

GRI-Nr.	GRI-Kurzbeschreibung	Seite	Inhalt, Hinweise und Ergänzungen
GRI 300 ÖKOLOGIE			
Materialien			
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen		kein Datenmaterial vorhanden
Energie			
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation		siehe Klimabilanz
302-3	Energieintensität		siehe Klimabilanz
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs		siehe Klimabilanz
302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen		siehe Klimabilanz
Wasser und Abwasser			
303-1			Gesamtvolumen der Wasserentnahme: 100 % aus der Stadtwasserleitung keine Fremdwasserentnahme keine Wasseraufbereitung oder Grauwassernutzung
Schutzgebiete			
304-1	Eigene oder gemietete Standorte in oder angrenzend an Schutzgebiete		keine
Emissionen			
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)		siehe Klimabilanz
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)		siehe Klimabilanz
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)		siehe Klimabilanz
305-4	Intensität der THG-Emissionen		siehe Klimabilanz
305-5	Senkung der THG-Emissionen		siehe Klimabilanz
Abfall			
306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	61	Fokusthema Verpackung
306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen		keine
306-4	Transport von gefährlichem Abfall		keiner
Umwelt-Compliance			
307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen		Es wurden keine Bußgelder in Bezug auf Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften verhängt.
Umweltbewertung der Lieferanten			
308-1	Prozentsatz an neuen Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden		100%
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	43	siehe Lieferantenmonitoring, Entwicklung Nachhaltigkeitsindex für Lieferanten
GRI 400 SOZIALES			
Beschäftigung			
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation		
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden		Mitarbeiter in Elternzeit 2018: Mitarbeiter in Elternzeit 2019: ggf. Rückkehrrate:
Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis			
402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen		Nach Bedarf gemäß Betriebsverfassungsgesetz
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			
403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		ASA Arbeitssicherheitsausschuss bestehend aus 22 (2019) Personen aus den Bereichen Betriebsrat, Technikleitung, Betriebsleitung, Leitung Haus-technik, interne Sicherheitsbeauftragte, externe Sicherheitsfachkraft, Betriebsärztin). Seeberger-family Gesundheitsangebote
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste		Betriebsärztin
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		Betriebsrat und ASA und Arbeitssicherheitsbeauftragter (extern)
403-5	Mitarberschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		finden regelmäßig statt
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	76	Seeberger family
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen		Keine Todesfälle
403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen		Keine Erkrankungen im Zusammenhang mit der Beschäftigung
Aus- und Weiterbildung			
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten		
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten		
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten		
Diversität und Chancengleichheit			
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten		Aktueller Status in der Geschäftsführung, 1. Führungsebene: 4 männlich; 2. Führungsebene: 5 männlich, 3 weiblich)
405-2	Verhältnis des Gehalts von Männern und Frauen		Für die Höhe des Grundgehalts und übertariflicher Zulagen sind die Mitarbeiterkategorie, Aufgabentätigkeit und Anzahl der Berufsjahre ausschlaggebend. Frauen und Männer werden gleich behandelt.
Nichtdiskriminierung			
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		keine
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen			
407-1	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte		wird im Rahmen des Lieferantenmonitorings abgefragt und bei Besuchen vor Ort überprüft
Kinder- und Zwangsarbeit			
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit		wird im Rahmen des Lieferantenmonitorings abgefragt und bei Besuchen vor Ort überprüft
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit		wird im Rahmen des Lieferantenmonitorings abgefragt und bei Besuchen vor Ort überprüft
Menschenrechte			
412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde		keine
Soziale Bewertung der Lieferanten			
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden		Lieferantenmonitoring, Entwicklung Nachhaltigkeitsindex Food-Lieferanten
Politische Einflussnahme			
415-1	Parteispenden		keine
Kundengesundheit und Kundensicherheit			
416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit		keine
417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung		keine
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten		keine
Sozioökonomische Compliance			
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		keine

Kontakt



Verena Schädler
Nachhaltigkeitsbeauftragte

» Ich freue mich auf Ihre Gedanken und einen konstruktiven Dialog. Sie erreichen mich per E-Mail direkt unter: naturwelt@seeberger.de

Papierinformation

-20%
CO₂ Emissionen

100%
recyclebar

100%
kompostierbar

100%
Produktion mit
Wasserkraft

Der Umschlag dieses Nachhaltigkeitsberichts wurde auf Crush Papier der Firma Römerturm aus Frechen gedruckt. Nach der Maisernte werden die Maiskörner von den Kolben gelöst. Der Kolben wird in verschiedenen Branchen wie dem Energiesektor, der Landwirtschaft und der Kosmetikindustrie weiterverarbeitet. Die Maiskolben werden zu feinem Pulver gemahlen und im nachhaltigen ökologischen Papier Crush Corn kreativ weiterverarbeitet.

Impressum

Herausgeber

Seeberger GmbH
Hans-Lorensen-Str. 36
89079 Ulm
Tel: +49 (0)731 4093-0
Email: info@seeberger.de
www.seeberger.de

Redaktion

Verena Schädler, Joachim Mann
Sabine Jörg, Bettina Stein

Layout

Designbüro Bauer



