



NACH
HALTIG
KEITS
BERICHT

2016 / 2017

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	2
VORWORT	3
ÜBER UNS	4
Tradition und Zukunft	4
Seeberger Produkte und Dienstleistungen	6
Unser Leitbild: Seeberger Qualität	10
Unsere Stakeholder	12
NATURWELT - UNSERE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE	14
Unser Leitbild für Nachhaltigkeit	14
Die Seeberger Lieferkette	18
Handlungsfelder Food-Lieferanten	20
Handlungsfelder Standort Ulm	32
Die Stiftung	48
GRI-INDEX	52
KONTAKT UND IMPRESSUM	54

Die in diesem Bericht verwendete männliche Sprachform ist im Sinne einer sprachlichen Vereinfachung als geschlechtsneutral zu verstehen. Sie bezieht die weibliche Form selbstverständlich mit ein.

VORWORT

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Verpflichtung zu Nachhaltigkeit ist in unseren Unternehmenswerten fest verwurzelt. Nachhaltig zu handeln bedeutet für uns, unsere Handels- und Arbeitsumfelder so zu gestalten, dass auch zukünftige Generationen so leben und arbeiten können, wie wir es heute tun. Im Mittelpunkt unseres Engagements steht das Wohlergehen unserer Mitarbeiter am Standort in Ulm, ebenso wie das unserer Lieferanten im Ursprung. Faire und partnerschaftliche Beziehungen mit unseren Lieferpartnern in den Herkunftsländern unserer Produkte ermöglichen es uns, Einfluss auf nachhaltigen Anbau sowie auf die Arbeits- und Lebensbedingungen der Menschen vor Ort zu nehmen. Denn nur durch den bewussten und schonenden Umgang mit Ressourcen können wir die beständige Seeberger-Qualität unserer Produkte auch in Zukunft gewährleisten.

Es ist ein langer Prozess, Nachhaltigkeit in einem Unternehmen zu entwickeln und zu realisieren. Wir stehen mit hoher Motivation und Überzeugung hinter der Entscheidung viel Zeit und Arbeit in Maßnahmen zum Erreichen unserer ökologischen, sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeitsziele zu investieren. Auf Erfolgen ruhen wir uns nicht aus, schwierige Prozesse halten uns nicht auf: Sie spornen uns an, den eigenen Anspruch an eine nachhaltige Unternehmensführung zu halten und auszubauen.

2015 haben sich alle Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen im Rahmen der Agenda 2030 dazu verpflichtet, 17 Nachhaltigkeitsziele zu erreichen (Sustainable Development Goals). Sie basieren auf dem Fundament fünf handlungsleitender Prinzipien: Mensch, Planet, Wohlstand, Frieden und Partnerschaft. Wir haben uns dazu entschlossen, aktiv an der Verwirklichung dieser Ziele mitzuwirken. Aus diesem Grund orientiert sich dieser Nachhaltigkeitsbericht erstmalig an den UN Nachhaltigkeitszielen. Sie werden Ihnen im Berichtsverlauf an vielen Stellen begegnen und mit Bezug auf unsere Aktivitäten erklärt und erläutert.

Auch unser dritter Nachhaltigkeitsbericht ist wieder Anlass, unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten konkret zu betrachten. Wie bei den vorhergehenden Berichten hilft uns die differenzierte Analyse und Bewertung der Jahre 2016 und 2017, Stärken und Schwächen zu identifizieren. Erstmals blicken wir auch detaillierter auf unsere Wertschöpfungskette bis zu den Lieferanten im Ursprung. Unser Ziel: mehr Transparenz, die uns hilft, konkrete Handlungsfelder festzulegen, Maßnahmen abzuleiten und Nachhaltigkeitsziele zu setzen. Ziele, die uns verpflichten und motivieren, das in unseren Werten verwurzelte Versprechen zur Nachhaltigkeit zu leben und fortzuschreiben.

Wir bedanken uns bei unseren Mitarbeitern in Ulm und bei unseren Lieferanten im Ursprung. Sie unterstützen uns engagiert mit guten Ideen, erfolgreichen Aktionen und ihrer täglichen Arbeit bei unserem Ziel, nachhaltiger zu arbeiten.

Und, wir freuen uns über Ihr Interesse an unserem Nachhaltigkeitsbericht für die Jahre 2016 und 2017. Nehmen Sie sehr gerne Kontakt zu uns auf, wenn Sie Fragen und Anregungen haben.

Viel Freude beim Lesen wünschen Ihnen



C. Keller

Clemens Keller
Inhaber und Geschäftsführer

R. Beranek

Ralph Beranek
Geschäftsführer

Tradition und Zukunft

Pionier mit Weitblick

Gewürze, Kaffee, Tee: Als der Ulmer Kaufmann Christoph Seeberger 1844 seinen Kolonialwarenhandel begann, kam der exotische Genuss aus Übersee und reiste auf der Donau bis in die Ulmer Pfluggasse.

Während die Ulmer Baumeister hier, im Herzen der lebhaften und international geprägten Handelsstadt an der Bundesfestung und dem größten Kirchturm der Welt bauten, legte Christoph Seeberger den Grundstein für ein seit Generationen erfolgreiches Familienunternehmen.



Christoph Friedrich Seeberger, 1850

Spezialitäten aus aller Welt

Mitte des 19. Jahrhunderts erlebte der Kaffee durch erschwungliche Preise einen regelrechten Boom und eroberte Küchen und Tassen auch weniger wohlhabender Bürger. Seebergers Sohn Friedrich erkannte diese Chance und röstete fortan in eigener Kaffeegroßrösterei den Seeberger Kaffee in bester Lage am Ulmer Marktplatz.

Zwei Weltkriege und deren dramatische Folgen für den Lebensmittelhandel und die Versorgung der Menschen übersteht das inzwischen traditionsreiche Unternehmen. 1952, mittlerweile unter der Leitung von Julius Rohm sen., konzentriert sich Seeberger auf sein Kerngeschäft: Den Import hochwertiger Kaffees, Trockenfrüchte und Nüsse – Spezialitäten aus aller Welt.

Die Natur schenkt uns ihr Bestes

Heute beziehen wir Naturprodukte aus 50 Ländern der Welt. Unserem Kerngeschäft sind wir treu geblieben: Ein vielfältiges Sortiment von Trockenfrüchten und Nüssen, Kaffees und Tees in allerbesten Qualität. Darum dreht sich alles, weltweit in den Erzeugerländern unserer Produkte und an unserem modernen und weltoffenen Standort in Ulm.

Aus diesem Grund ist der Respekt vor der Natur und vor den Menschen, die im Ursprung und in Ulm ihr Bestes geben, Teil unserer täglichen Arbeit. Denn wir wissen: Hier ist unsere Tradition und hier liegt unsere Zukunft.

Konstanz in den Kernwerten und dabei Mut, Veränderungen anzugehen. Das zeichnet die Marke Seeberger seit vielen Jahrzehnten aus.

Joachim Mann, Leitung Seeberger Marketing



Meilensteine in der Historie von Seeberger

Die Seeberger Erfolgsgeschichte beginnt in Ulm an der Donau, ideal an alten Handelswegen gelegen. **Christoph Seeberger** gründet in der Pfluggasse einen Kolonialwarenhandel. **1844**

Seeberger wächst kontinuierlich. Aus diesem Grund übernimmt **Friedrich Seeberger II** in der Kronengasse 2 das größere Anwesen seines Schwiegervaters Daniel Müller. **1902**

Die Firma zieht in die Magirus-Straße um und gibt den Lebensmittelgroßhandel auf. Der Fokus liegt nun ausschließlich auf dem Import von Kaffee und Trockenfrüchten. **1952**

Der Volkswirt **Dr. Julius Rohm**, Sohn von Julius Rohm senior, tritt in die Firma ein. **1975**

Julius Rohm senior übergibt die volle Verantwortung an seinen Sohn **Dr. Julius Rohm**. Dieser gründet ein Geschäftsleitungsgremium mit den Prokuristen Albert Spähn (verantwortlich für Vertrieb und Marketing) und Karl Burkert (verantwortlich für Personal und Finanzen). Dr. Julius Rohm selbst leitet den Einkauf und den Betrieb. **1985**

Um das weitere Wachstum bewältigen zu können, wird im Herbst das zusätzliche Hochregallager mit knapp 25.000 Palettenplätzen in Betrieb genommen. **2013**

1882
In bester Lage, direkt am Ulmer Marktplatz, gründet **Friedrich Seeberger**, der Sohn des Gründers, die älteste Ulmer Kaffeegroßrösterei.

1949
Mit dem Tod von Friedrich Seeberger ist es nicht mehr möglich, das Unternehmen in Familienbesitz fortzuführen. **Julius Rohm** übernimmt am 1. Januar das Unternehmen als persönlich haftender Gesellschafter und belebt sofort die Kaffeerösterei wieder.

1963
Seeberger expandiert und wieder ist ein Umzug in ein neues Betriebsgebäude nötig. Es geht in die Baumgartenstraße in Neu-Ulm mit modernen Röstanlagen und Verpackungsmaschinen.

1983
Ausreichende Flächen zur Erweiterung des Unternehmens sind der Hauptgrund für die Rückkehr nach Ulm in Baden-Württemberg ins Industriegebiet »Donautal«.

1997
Ralph Beránek übernimmt in der Geschäftsleitung den Bereich Vertrieb und Marketing.

2001
Mit **Clemens Keller**, Neffe von Dr. Julius Rohm, tritt die 3. Inhabergeneration in die Firma ein. 2003 wird er persönlich haftender Gesellschafter und übernimmt die operative Gesamtverantwortung sowie die direkte Zuständigkeit für die Bereiche Einkauf und Betrieb.

2015
Mit der Übernahme eines Wettbewerbers im Bereich »Office & Vending«, das heißt die Versorgung am Arbeitsplatz mit Kaffee und Snacks, steigt Seeberger auch in diesem Geschäftsbereich von einem regionalen zu einem nationalen Anbieter auf. Das Tochterunternehmen hat seinen Sitz in Willich im Rheinland.

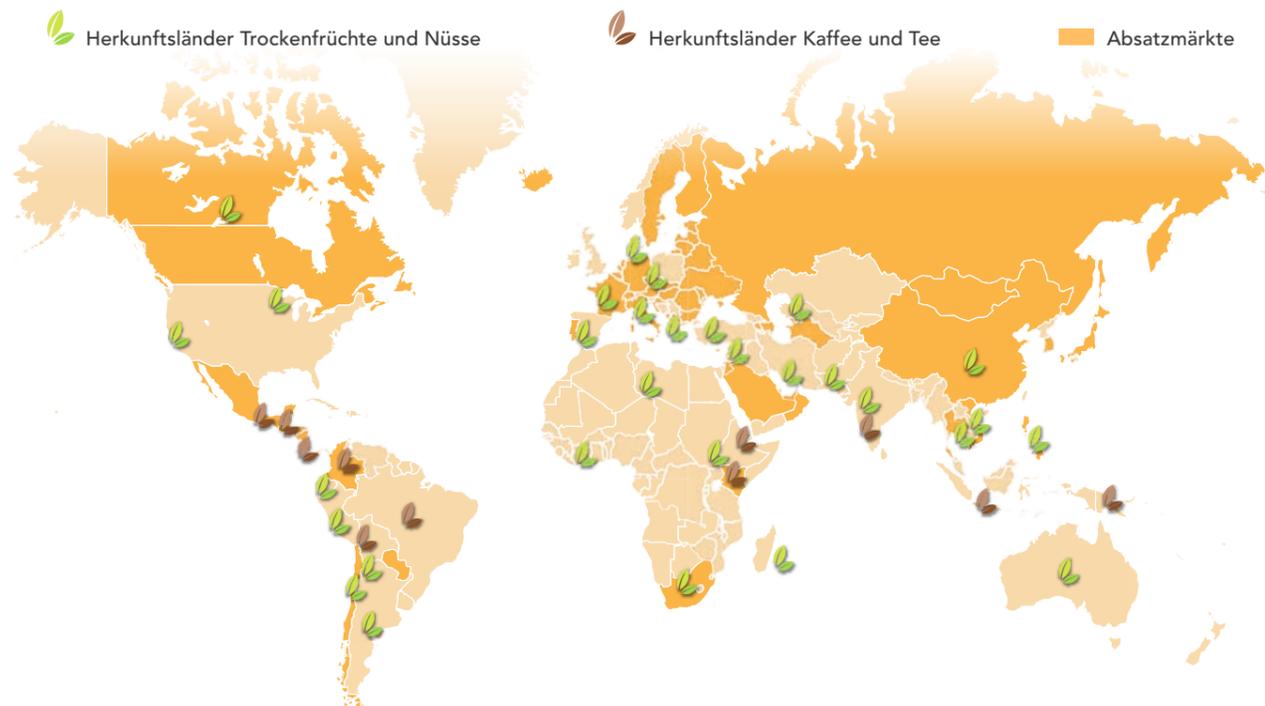
Seeberger Produkte und Dienstleistungen

Das Beste aus der Natur

In jeder Seeberger-Verpackung steckt ein Stück Natur. Wir sagen: Das Beste aus der Natur. Und wir geben unser Bestes dazu: Erfahrung aus über 170 Jahren Tradition, unseren Anspruch an die Produktqualität und den Mut, immer neue Wege zu gehen. Unsere Kunden sind anspruchsvoll. Und das zu Recht, denn für unsere Produkte versprechen wir höchsten Genuss in bester Qualität. Dieses Versprechen begleitet jedes Seeberger-Produkt: Von ausgesuchten Höhenlagen der Erde, wo unsere Kaffees angebaut werden, auf die sonnenreichen Plantagen und Felder, wo unsere Trockenfrüchte und Nüsse wachsen, an jeden Arbeitsplatz in unserem Standort in Ulm, bis in die Regale unserer Kunden. Selbstverständlich bleibt bei Seeberger das Beste aus der Natur so hochwertig natürlich, wie es sein sollte: Unsere Produkte sind frei von Zusatzstoffen, künstlichen Aromen oder Gentechnik.

Was uns inspiriert? Veränderung

Wo immer wir in der Seeberger-Welt unterwegs sind - bei unseren Lieferanten im Ursprung, in den Märkten unserer Vertriebspartner oder bei Seeberger in Ulm in der Produktion, im Labor, in unseren Büros - sind wir begeistert von den vielen innovativen Ideen unserer Kunden, Lieferanten und unserer Mitarbeiter. Verbraucher wünschen sich gesunde und naturbelassene Lebensmittel, es gibt spannende Rezeptideen aus den Ursprungsländern, überall schlummern Lösungen für noch effizientere Produktionsprozesse. All das sammeln und verarbeiten wir täglich, um mit der Seeberger-Familie weiter ausgezeichnete Produkte für unsere Kunden herzustellen und sicher im Markt zu wachsen.



Die Seeberger Produktwelten

Wir bieten erstklassige, hochwertige und sichere Lebensmittel, die jedes Jahr namhafte Auszeichnungen erhalten. Unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio gliedern wir in drei Bereiche: Dem Lebensmitteleinzelhandel bieten wir unter der starken Marke Seeberger ein vielfältiges Sortiment rund um köstliche Trockenfrüchte und knackige Nüsse. Für die Gastronomie entwickeln wir spannende Kaffee-Konzepte mit unseren duftenden Seeberger Kaffee- und Teespezialitäten. Mit den Seeberger Office Coffee Solutions (OCS) entwickeln wir maßgeschneiderte Beratungs- und Dienstleistungslösungen für die individuelle Versorgung mit begeisternden Kaffeespezialitäten und Snacks am Arbeitsplatz.

Seeberger-Sortimente für den Lebensmitteleinzelhandel	<p>Trockenfrüchte</p> <ul style="list-style-type: none"> • getrocknete Früchte und Softfrüchte • Mischungen mit und ohne Nüsse <p>Nüsse und Kerne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nüsse natur, in Schale, veredelt, gebrannt, geröstet • Mischungen mit und ohne Früchte <p>Getreide und Hülsenfrüchte Müsli, Müsli- und Fruchtriegel</p> <ul style="list-style-type: none"> • auf Basis der Seeberger Trockenfrüchte, ohne Zuckerzusatz und Konservierungsstoffe • innovatives Müsli-Sortiment, Porridges, vier Sorten Bio-Müsli 	<p>Über 80 Seeberger-Produkte für den Lebensmitteleinzelhandel</p>
Seeberger Gastronomie	<p>Kaffee</p> <ul style="list-style-type: none"> • 24 Sorten hochwertiger Röstkaffee aus den besten Höhenlagen der Erde • Green-Label: Erste Bio- und Fairtrade zertifizierte Seeberger Kaffeelinie <p>Tee und Zusatzprodukte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tee- und Kräutermischungen mit kontrolliert biologisch angebauten Zutaten (Bio-Siegel) • Porzellan, Kaffeesahne, Zuckersticks 	<p>Kaffee-Konzepte für die gehobene Gastronomie</p> <ul style="list-style-type: none"> • individuelle Kaffee- und Tee-Konzepte für die Premium- und gehobene Systemgastronomie sowie innovative Bäckereikonzepte • Seeberger Competence Center: Kaffee-Seminare und Barista-Workshops
Seeberger Office Coffee Solutions (OCS)		<p>Maßgeschneiderte »Rundum-Sorglos-Pakete« für die Versorgung am Arbeitsplatz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seeberger Maschinenlösungen: hochwertige Kaffee- und Heißgetränkautomaten • Seeberger Vending-Konzepte: Selbstbedienungsautomaten, hochwertige Snacks und Getränke für Büro- und Industriekunden

Unsere Erfolgsmischung: Bewährte Klassiker und ganz viel Neues

In unserem Sortiment gibt es beliebte Klassiker wie das Seeberger-Studentenfutter, für das wir 2016 wieder die Auszeichnung »Marke des Jahrhunderts« erhalten haben. Doch, auch wenn unsere Kunden diese erfolgreichen »Dauerbrenner« sehr mögen, sind es kreative, neue Produkte, die ein erfolgreiches Wachstum mitgestalten. Und auch die Verpackung soll unseren Kunden gefallen, deshalb haben wir 2017 an unserem Markenrelaunch gearbeitet. Eine gute Verpackung bedeutet für uns, dass Lebensmittel lange frisch bleiben, gut geschützt sind und wir Verpackungsmaterial so effizient wie möglich einsetzen können.

Neue und innovative Produkte sichern unsere Marktstellung.
 > Dafür sammeln wir Ideen und arbeiten an Konzepten für Produkte, <
 die dann auch den Lebensmitteleinzelhandel begeistern.
 Innovation ist bei uns Tagesgeschäft.

Christina Kirschner - Produktmanagement und Mike Cremer - Innovationsmanagement



Auszeichnungen für Seeberger-Produkte 2016 und 2017

- »Marke des Jahrhunderts 2016« für Studentenfutter
- »Good Food Award 2016« von Men's Health und Women's Health für Nusskernmischung
- »Top-Innovationen 2016« Österreichische Handelszeitung Bronze für Cashew-Cranberry-Mix
- »Saveur de l'Année 2016« Frankreich für Studentenfutter und Beeren-Nuss-Mix
- »Saveur de l'Année 2017« Frankreich für Nusskernmischung und Cashew-Cranberry-Mix



Neue Produkte 2016 und 2017

2016 Februar – Start des neuen Sortiments »Müsli«: Müslis, Müsliriegel, Porridge. Alles aus handwerklicher, regionaler Manufaktur mit vier zertifizierten Bio-Sorten.

2016 Juni – Erweiterung »Gebrannte Produkte«-Range: Gebrannte Erdnusskerne mit Sesam und Kürbiskerne in eigener Brennerei in Ulm. Handwerkliche Herstellung.

2016 Juli – Neu in der beliebten »Soft«-Range: Soft-Mango - schonende Veredelung und ohne Zucker-Zusatz.

2016 Oktober – Neues Produkt »Veggie Chips«: Karotten-, Süßkartoffel-, Pastinaken- und Rote Beete-Chips. Patentiertes Verfahren, geringe Hitzebelastung.
 – Drei Neue Produkte »Office Coffee Solutions«

2017 Januar – »Schoko-Mix« im Standbeutel mit wieder-verschließbarem Zipper

2017 März – Neue Produkt-Range »Croq« (F/B): Fünf hochwertige Mischungen mit jeweils Nährwert bezogenen Schwerpunkten Fitness, Plaisir, Balance, Vitalité und Gourmand.

2017 März: Drei neue »Bio-Porridges« (Frühstücksbrei) für ein abwechslungsreiches Frühstück und ein neues Granola-Müsli Siebenschön.

2017 April – Moderne, nachhaltige Teekultur: Vertriebskooperation mit »samova« für Gastronomie, Hotellerie und Office-Bereich. Biozertifiziertes Teesortiment. Die Teebeutel sind in gartenkompostierbarer NatureFlex-Folie verpackt.

2017 Oktober – Erweiterung »Veredelte Nusskerne«-Range: Naturbelassene Nüsse - Pekannusskerne, geröstete Mandeln und Cashewkerne sowie Salzmandeln.
 – Neue Sorte Müsli: »Bärenhunger«

2017 Dezember – »GREEN Kaffee« Valioso Bio- und Fairtrade zertifiziert. Kunden erhalten umweltfreundliche Werbemittel.



Unser Leitbild: Seeberger Qualität

Höchste Qualität, auf die man sich verlassen kann

Das Thema Qualität bestimmt unser Handeln und Arbeiten. Doch was genau macht die besondere Seeberger-Qualität aus? Für uns bedeutet das konkret, dass wir jedes Produkt auf seinem Weg vom Ursprung bis nach Ulm genau im Auge behalten. Vom Anbau unserer Rohwaren über ihren Transport und ihre Verarbeitung, bis in den Einkaufskorb muss gewährleistet sein, dass nur das allerbeste Produkt in die Seeberger-Verpackung kommt.

Die Seeberger Qualitätsstrategie: Klare Regeln, strenge Kontrollen

Strenge interne Spezifikationen legen fest, wie jedes Seeberger-Produkt beschaffen und produziert sein muss. Diese Anforderungen definieren wir in enger und partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit unseren Rohstofflieferanten im Ursprung. Beim Transport achten wir auf den bestmöglichen Schutz der Rohware. Vom Wareneingang in Ulm bis zur Verpackung herrschen strenge Hygiene- und Sicherheitsvorschriften. Das engmaschige Regelwerk aus gesetzlichen Vorschriften und selbstverpflichtenden Seeberger-Spezifikationen überwacht und kontrolliert unser Qualitätsmanagement. Dass unsere Lebensmittel hochwertig und sicher sind, bestätigen uns Bestnoten bei den regelmäßigen, international verbindlichen Audits und Zertifizierungen.

Audits und Zertifizierungen 2016 und 2017

2016	2017
IFS und BRC Kombi-Zertifizierung	IFS und BRC Kombi-Zertifizierung
BRC 6: Notes A IFS 6: hohes Niveau	BRC 6: Notes A IFS 6: höheres Niveau
Bio- und Fairtrade-Zertifizierungen	
Kaffeesortiment GREEN Vier Sorten Müsli Glück samova Teesortiment	

IFS: Der IFS Food Standard ist ein von der GFSI (Global Food Safety Initiative) anerkannter Standard für die Auditierung von Lebensmittelherstellern. Überprüft werden die Lebensmittelsicherheit und die Qualität der Verfahren und Produkte auf allen Fertigungsstufen.

BRC: Der »Globale Standard für Lebensmittelsicherheit« präzisiert die Sicherheits-, Qualitäts- und Betriebskriterien, die Lebensmittelhersteller erfüllen müssen, um allen gesetzlichen Vorgaben und Verbraucherschutzvorschriften zu entsprechen.

Die Seeberger Qualitätsphilosophie

Herausragende Produktqualität – das steht bei uns im Mittelpunkt. Aber nicht nur: Genauso wichtig ist uns, dass unsere Kunden mit ihren Produkten auch den allerbesten Service erhalten. Jedes Seeberger-Produkt steht für das hohe Engagement unserer Mitarbeiter. Beide Aspekte bilden daher jeweils eine weitere strategische Dimension unserer Qualitätsphilosophie.



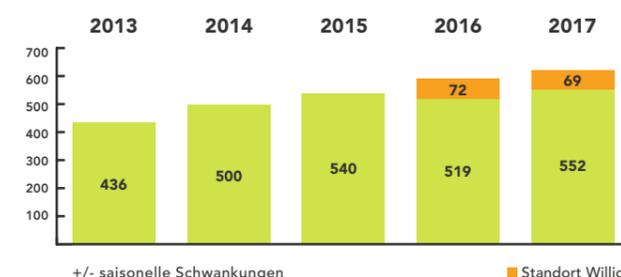
Wachstum und Perspektiven

Viele Faktoren beeinflussen unser Geschäft: Kunden ändern ihre Ernährungsgewohnheiten und ihr Einkaufsverhalten, die Weltmarktpreise für unsere Rohstoffe schwanken, der Klimawandel hat - teilweise extreme - Auswirkung auf die Ernten unserer Rohstoffe im Ursprung. In den letzten zwei Jahren haben diese Rahmenbedingungen hohe Einsatzbereitschaft und Flexibilität von uns gefordert. Doch zwei Dinge haben für uns Bestand: Zum einen stehen immer unsere Kunden im Mittelpunkt unserer Anstrengungen rund um unsere Produkte und Dienstleistungen. Zum anderen halten wir unter allen Umständen an einer fairen, partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit unseren Erzeugern und Lieferanten im Ursprung fest.

Dass wir mit unserer Arbeit auf dem richtigen Weg sind, zeigt auch die Auszeichnung des Wirtschaftsmagazins »Wirtschaftswoche«: Von 3.500 geprüften Unternehmen ist Seeberger auf dem zweiten Platz bei »Deutschlands innovativste Mittelständler«.



Gesamtzahl der Beschäftigten (FTE)



Umsatzerlöse



Unsere Stakeholder

Wer sind unsere Stakeholder?

Zum Start unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung in 2013 haben wir definiert, wer unsere Stakeholder sind und welche Erwartungen sie an uns haben. Eine entsprechend differenzierte Aufbereitung ist im Nachhaltigkeitsbericht 2013 hinterlegt.

Heute sind die Nachhaltigkeitsberichterstattung und die mit ihr einhergehenden Analysen, Prüfungen und Bewertungen strategischer Bestandteil unserer Planungen. Sie zeigt uns alle zwei Jahre, wo wir in Sachen Nachhaltigkeit stehen. Und nicht nur uns, sondern auch allen Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und weiteren Seeberger-Bezugsgruppen. An ihr werden wir gemessen, mit ihr können wir uns weiterentwickeln.

Die Seeberger Stakeholder



Im Austausch - Stakeholderdialog

Über einen lebhaften Dialog mit unseren Stakeholdern freuen wir uns. Aus diesem Grund spielen aktuelle Nachhaltigkeitsthemen immer eine Rolle in unseren Mitarbeiter- und Kundenmagazinen. Unsere Nachhaltigkeitsberichte sind für jedermann zugänglich auf unserer Website veröffentlicht, unsere Vertriebsmannschaft begleiten sie in gedruckter Form zu Kundengesprächen.

Unsere Nachhaltigkeitsbeauftragte Verena Schädler steht als Botschafterin im direkten Austausch mit der Seeberger Geschäftsführung. Gemeinsam mit Seeberger-Teams und -Initiativen wie den »NaturWelt-Botschaftern« arbeitet sie an kreativen Lösungen für noch mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen. Sie ist Ansprechpartnerin zum Thema Nachhaltigkeit und freut sich über Anregungen und Anfragen.



Ausgewählte Stakeholder-Dialogformate

Grundsätzlich ist der Dialog mit Stakeholdern für uns Tagesgeschäft. Über effiziente und nachhaltige Lösungen für unsere Arbeitsprozesse tauschen wir uns laufend aus: Im Workflow mit Mitarbeitern, mit unseren Lieferanten im Ursprung bei unseren Einkaufsreisen und auf Messen oder bei Verkaufsgesprächen mit unseren Kunden. Darüber hinaus gibt es, neben unseren Nachhaltigkeitsberichten, weitere öffentliche Formate und Aktionen für den Nachhaltigkeitsdialog mit Seeberger.

Medien	Strategische Tools	Aktionen und Initiativen
<ul style="list-style-type: none"> • Seeberger Nachhaltigkeitsbericht, alle zwei Jahre • Kundenmagazine »Seeberger Fruchtgenuss« und »Seeberger Kaffeesatz« • Kundeninformationen wie Faltblatt »Nachhaltigkeit Kaffee« zur Produktlinie GREEN Kaffee (Bio- und Fairtrade zertifiziert) • Seeberger Website und Social Media • Mitarbeiterzeitschrift »Seeberger Aktuell« 	<ul style="list-style-type: none"> • Seeberger Mitarbeiterworkshop zu Fragen der Nachhaltigkeit (2015) und Mitarbeiterbefragung zur Mobilität (2017) • Seeberger Lieferantenbefragung und Monitoring zu konkreten Fragen der Nachhaltigkeit (2016) • Reisen unserer Einkäufer in den Ursprung zu unseren Lieferanten • Teilnahme im UN Global Compact 	<ul style="list-style-type: none"> • Seeberger Mitarbeiter-Initiative »NaturWelt-Botschafter« • Aktionen mit Kunden: Seeberger und REWE Klinikclowns Spendenaktion, REWE Nachhaltigkeitsmesse »Green Days 2.0« (2016) • Kundenumfrage in Zusammenarbeit mit der Universität Ulm zum Thema Mehrwegbecher in der Gastronomie • Öffentliches, gesellschaftliches Engagement: <ul style="list-style-type: none"> • Partnerschaft mit und Förderung der Hochschule Neu-Ulm • Mitgliedschaft IHK Ulm, Vollversammlung IHK Ulm • Engagement für soziale Projekte am Standort • Betriebsbesichtigungen • Azubi-Projekt Seeberger-Winterdorf • Stiftung mit Projekten im Ursprung • Girls Day

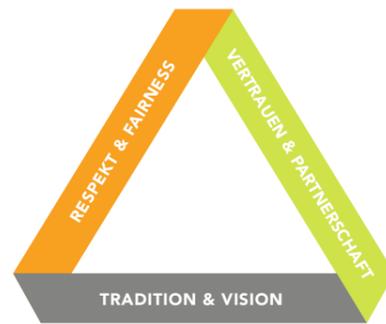


Unser Leitbild für Nachhaltigkeit

NaturWelt – Für unsere Zukunft

Nachhaltigkeit hat bei Seeberger Tradition. Das liegt vor allem an unseren Unternehmenswerten. Werte, die Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden und Verbrauchern Sicherheit geben. Sie bestimmen seit vielen Generationen, wer wir heute sind und wer wir in Zukunft sein werden. 2013 haben wir für unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht alle Unternehmensbereiche analysiert: Wo arbeiten wir schon ganz selbstverständlich nachhaltig und wie können wir uns weiterentwickeln? Die Themen, Herausforderungen und Ziele haben wir unter dem Leitmotiv »NaturWelt« zusammengefasst.

Die Seeberger Unternehmenswerte



Seeberger und die Sustainable Development Goals (SDG)

Wie berichten wir transparent und im nationalen oder sogar globalen Umfeld vergleichbar? Basis unserer Nachhaltigkeitsberichte sind die Global Reporting Initiative (GRI) und ihre Richtlinien sowie der UN Global Compact. Erstmals bewerten wir in diesem Bericht unsere Nachhaltigkeitsleistungen zusätzlich nach den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen (UN). Die UN-SDGs, »Ziele für nachhaltige Entwicklung«, setzen weltweit einheitliche Maßstäbe für eine nachhaltige Entwicklung bis 2030. Es sind klare Ziele für Nachhaltigkeit auf globaler, nationaler und lokaler Ebene. Wirtschaftsunternehmen wie Seeberger, der so genannte »Privatsektor«, spielen eine große Rolle für das Erreichen dieser Ziele.



»Stück für Stück in den Arbeitsalltag«

Interview mit Verena Schädler Seeberger Nachhaltigkeitsbeauftragte



Wie binden Sie Mitarbeiter und Lieferanten in die Nachhaltigkeitsprozesse ein?

Nachhaltigkeit ist ein Thema, das Zeit braucht. Sie muss Stück für Stück in den Arbeitsalltag integriert werden, sowohl bei uns im Haus, als auch in den Ursprungsländern. Für besonders wichtig halte ich in diesem Kontext: Transparenz und Dialog. Erwartungen und Ziele müssen nachvollziehbar und motivierend kommuniziert werden, Erfolge und Fortschritte auch. Potential für mehr Nachhaltigkeit finden wir an jedem Arbeitsplatz. Das sind Ideen für effiziente und energiesparende Arbeitsprozesse, zur Ressourcenschonung, Lieferantenentwicklung, Anforderungen von Kunden, Mitarbeiterzufriedenheit oder für soziale Aktivitäten. Meine Aufgabe ist es, im Dialog mit den Abteilungen Einzelthemen zur Nachhaltigkeit zu identifizieren und gemeinsam dahingehende Prozesse zu initiieren.

Seit 2013 veröffentlicht Seeberger alle zwei Jahre einen Nachhaltigkeitsbericht. Welche Rolle spielt das im Arbeitsalltag?

2013 gab es schon viele, ganz alltägliche Aktivitäten für Nachhaltigkeit bei Seeberger. Bis dahin hatten wir sie allerdings als solche nicht definiert und es hat uns selbst etwas überrascht, wie viele es waren. Eingesammelt, kategorisiert und bewertet, haben wir auf dieser Basis den Staus Quo von Nachhaltigkeit bei Seeberger zunächst transparent aufgezeigt.

Davon ausgehend konnten wir dann auch Potentiale erkennen und Entwicklungsmöglichkeiten formulieren.

Wie können Mitarbeiter und Lieferanten sich für mehr Nachhaltigkeit einsetzen?

Ob hier vor Ort oder im Ursprung: Wir ermutigen Mitarbeiter und Lieferanten, ihre Anregungen einzubringen und an ihrer Umsetzung mitzuarbeiten. Hinweise bieten unsere Nachhaltigkeitsleitlinien und unsere Nachhaltigkeitsziele sowie die Klimabilanzen.

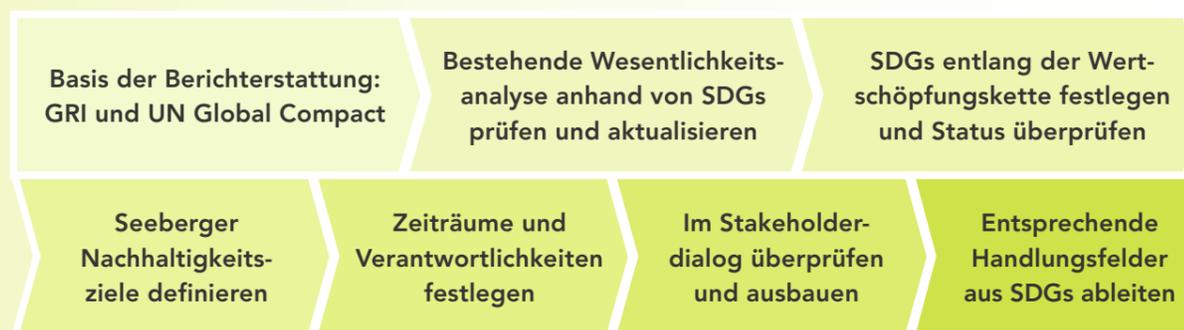
Und es funktioniert: Das zeigen die erfolgreich umgesetzten Projekte im Ursprung, in unseren Fachbereichen und der Initiative »Seeberger NaturWelt-Botschafter«. Ich freue mich sehr darauf, weiter daran mitzuarbeiten.

UN Nachhaltigkeitsziele (SDG): Wesentlichkeit und Priorisierung

Die Vereinten Nationen definieren 17 Nachhaltigkeitsziele (SDG). Welche Ziele sind für Seeberger besonders relevant? Unsere wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen haben wir in den Vorjahren identifiziert und dann fortlaufend überprüft. Jetzt aber wollten wir wissen, wie unsere Themen und Aktivitäten auf die UN-Nachhaltigkeitsziele einzahlen und welche Handlungsoptionen sich daraus ergeben. Für die Bewertung maßgeblich waren folgende Fragen:

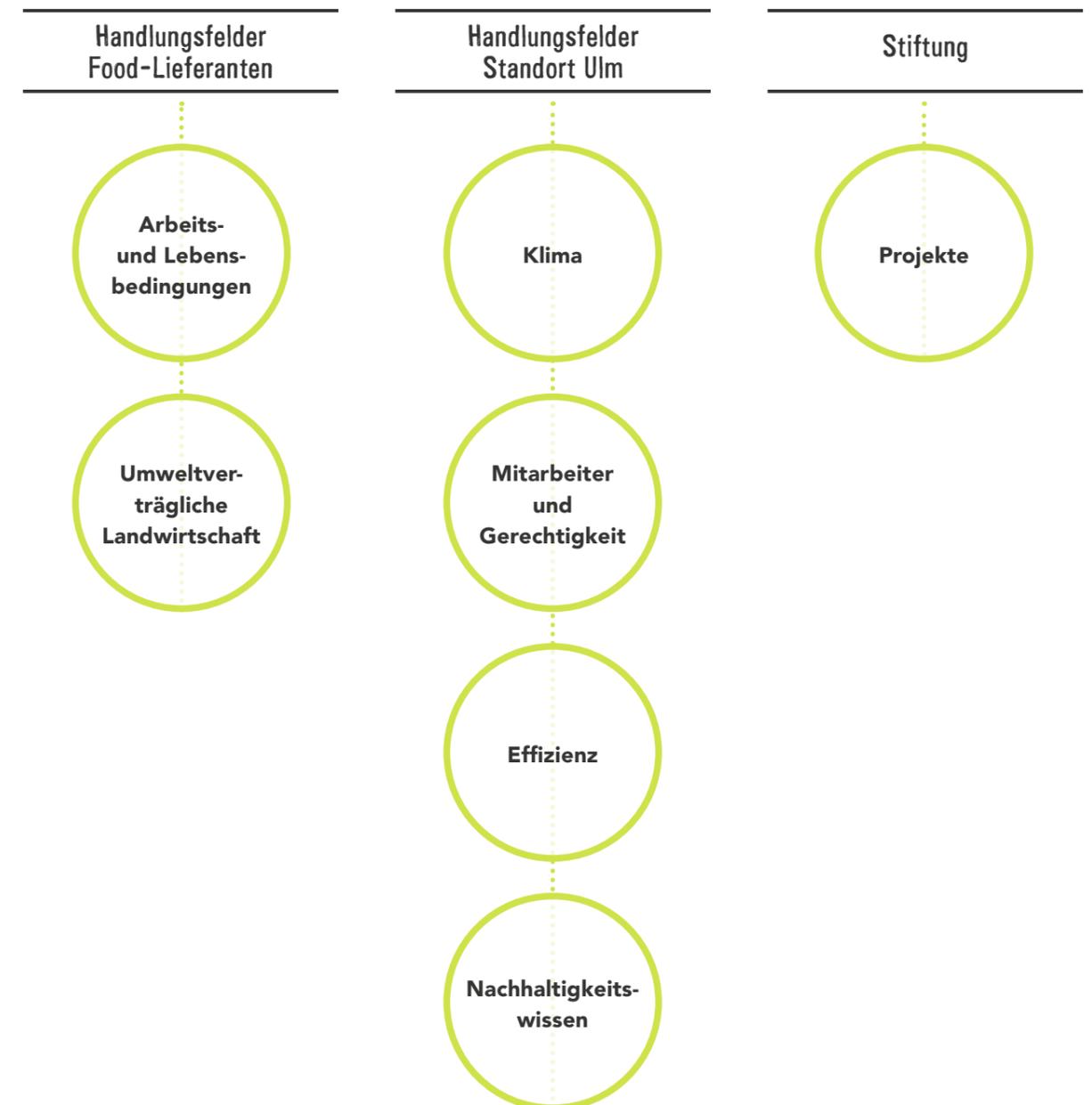
- Seeberger-Nachhaltigkeitsstrategie: Welche SDGs sind für uns wesentlich?**
 Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten – welche Erwartungen in Bezug auf Nachhaltigkeit haben unsere Stakeholder? Welche der UN-Nachhaltigkeitsziele stehen in direktem Zusammenhang mit unseren Produkten? Für die entsprechende Bewertung und Auswahl haben wir die UN-Ziele und Unterziele mit unseren bereits bestehenden Wesentlichkeitsanalysen auf Basis der GRI-Leitlinien abgeglichen.
- Seeberger-Lieferkette: Wo können wir welchen Einfluss nehmen?**
 Nicht an jeder Stelle unserer Lieferkette sind unsere Handlungsmöglichkeiten gleich groß. Bei der Auswahl der SDGs spielt also eine Rolle, wo, wie viel und in welcher Form wir entlang unserer Lieferkette Einfluss nehmen können. Unsere Lieferanten im Ursprung sind selbstständige Unternehmer – unser Einfluss ist begrenzt. Allerdings können wir dort zum Beispiel über unsere Einkaufsbedingungen Anreize setzen, nachhaltiger zu handeln. An unserem Standort in Ulm sind unsere Einflussmöglichkeiten hoch. Hier haben wir von der Geschäftsführungsebene bis an jeden Arbeitsplatz direkt die Möglichkeit auf Nachhaltigkeitsthemen Einfluss zu nehmen.

Fokussierung SDG



Die Seeberger Handlungsfelder für Nachhaltigkeit

Die Neubewertung unserer Aktivitäten nach UN-SDG hat zu zwei zentralen Ergebnissen geführt: Entlang unserer Lieferkette konkretisieren sich drei Handlungsfelder mit jeweils klaren Themen oder auch Aufgaben. Jedem Thema im jeweiligen Handlungsfeld können wir spezifisch passende SDGs zuordnen, die uns helfen, realistische Ziele für mehr Nachhaltigkeit im Handlungsfeld zu setzen und zu realisieren.



Die Seeberger Lieferkette

Umweltverträgliche Landwirtschaft

- Keine Armut
- Kein Hunger
- Sauberes Wasser und Sanitärversorgung
- Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster
- Leben an Land



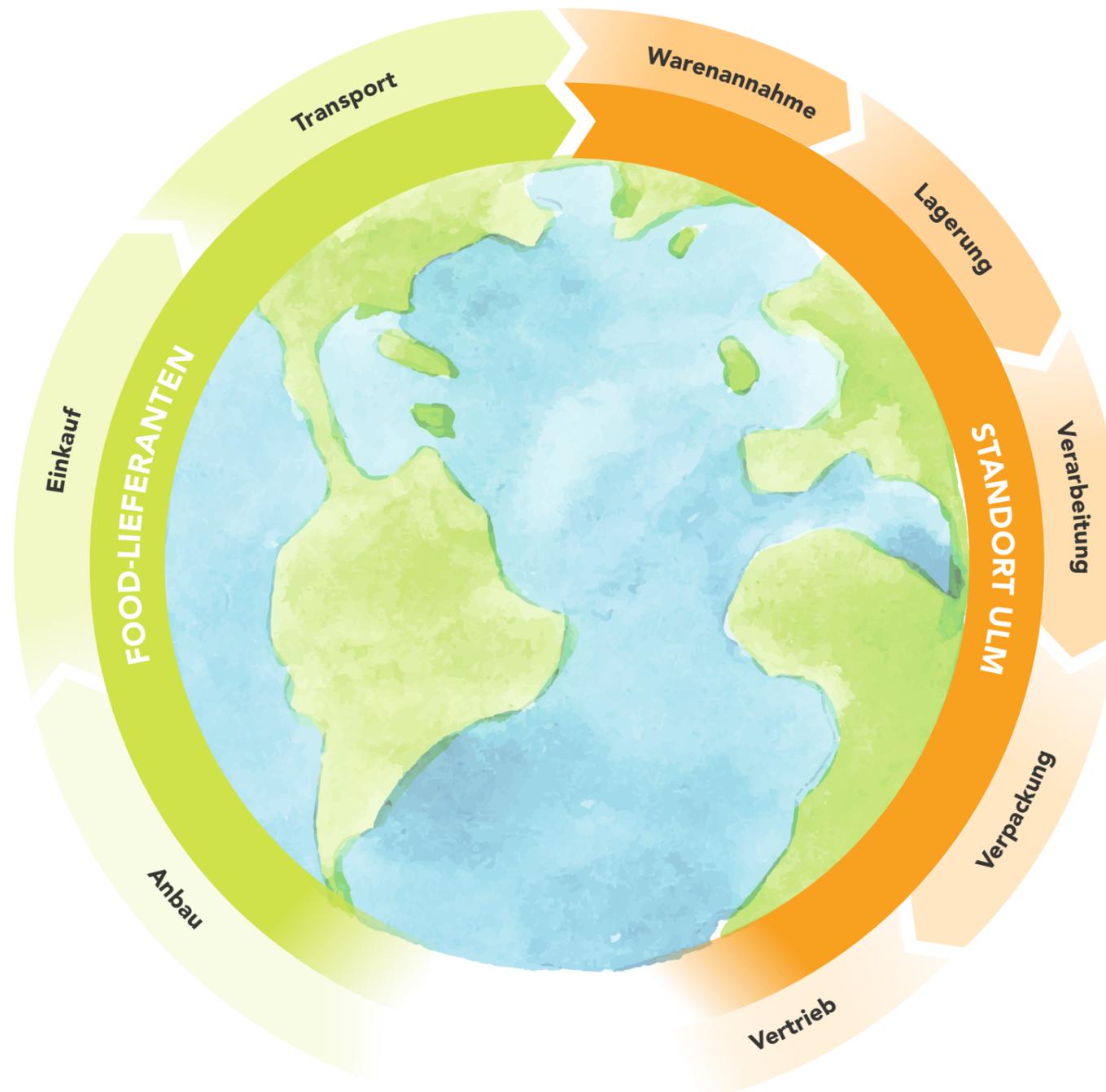
Arbeits-/Lebensbedingungen

- Keine Armut
- Gesundheit und Wohlergehen
- Geschlechtergleichstellung
- Sauberes Wasser und Sanitärversorgung
- Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
- Weniger Ungleichheiten



Nachhaltigkeit in der Lieferkette

Unsere Arbeitsprozesse am Standort in Ulm gestalten wir so nachhaltig wie möglich. Diesen Anspruch haben wir auch in Bezug auf unsere Lieferkette im Ursprung. Allerdings sind die Rahmenbedingungen dort deutlich anders und damit auch unsere Möglichkeiten, vor Ort Einfluss zu nehmen. Unsere Produkte beziehen wir von Lieferanten weltweit. In jedem Land gibt es unterschiedliche natürliche, klimatische, gesellschaftliche, kulturelle und ökonomische Voraussetzungen. Wir verstehen Nachhaltigkeit als fortwährende Aufgabe in unserem Arbeitsalltag. Wie können wir Nachhaltigkeit in den Ursprungsländern mitgestalten? Worauf legen wir Wert, wie können wir unterstützen und Einfluss nehmen? Das Wichtigste: Wir müssen die Produktionsprozesse vor Ort kennen. Transparenz in der Lieferkette ist die Voraussetzung dafür, dass wir Nachhaltigkeit gemeinsam mit den Erzeugern angehen können. Wie wir nachhaltiges Handeln im Ursprung definieren, haben wir in unseren Einkaufsbedingungen für Lieferanten transparent und verbindlich festgehalten.



Klima

- Maßnahmen zum Klimaschutz
- Bezahlbare und saubere Energie



Mitarbeiter und Gerechtigkeit

- Hochwertige Bildung
- Geschlechtergleichstellung
- Weniger Ungleichheiten
- Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen



Effizienz

- Bezahlbare und saubere Energie
- Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
- Industrie, Innovation und Infrastruktur
- Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster



Nachhaltigkeitswissen

- Hochwertige Bildung
- Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster
- Maßnahmen zum Klimaschutz



Handlungsfelder Food-Lieferanten

Warum ist Nachhaltigkeit wichtig für uns? Seit Generationen wächst unser Unternehmen mit einem Rohstoff: Naturprodukten. Heute sind wir Marktführer für eine Vielfalt von Lebensmitteln rund um Trockenfrüchte und Nüsse. Unser Erfolg ist ohne optimale Anbaubedingungen im Ursprung und das hohe Engagement unserer Mitarbeiter und Lieferanten nicht möglich. Dafür tragen wir Verantwortung. Unser Ziel ist es, gute Lebens- und Arbeitsbedingungen zu schaffen und natürliche Ressourcen beim Anbau zu schonen, damit auch nachfolgende Generationen wertvolle Lebensmittel anbauen können.

Unsere Handlungsfelder Food-Lieferanten



Handlungsfeld Arbeits- und Lebensbedingungen

Ein wichtiger Teil unserer Einkaufsbedingungen bezieht sich auf die Lebens- und Arbeitsbedingungen im Ursprung. Wir orientieren uns an den Prinzipien des UN Global Compact und den Arbeits- und Sozialstandards der International Labour Organisation (ILO). Die ILO formuliert als Sonderorganisation der Vereinten Nationen Arbeits- und Sozialstandards für die soziale und faire Gestaltung der Globalisierung sowie die Schaffung von menschenwürdiger Arbeit als eine zentrale Voraussetzung für die Armutsbekämpfung. Wir erwarten, dass unsere Lieferanten folgende Mindeststandards einhalten (für alle Mitarbeiter, Saisonarbeiter sowie alle Zulieferer und deren Mitarbeiter):

- ☛ Mitarbeiter erhalten ein faires Entgelt und eine soziale Grundsicherung bei Krankheit, Urlaub, Mutterschutz und Rente
- ☛ Die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz muss gewährleistet sein
- ☛ Keine ausbeuterische Kinderarbeit: Die Beschäftigung von Minderjährigen darf keine körperlich schwere oder gefährliche Arbeit beinhalten oder den Schulbesuch einschränken
- ☛ Mitarbeiter haben Anspruch auf mindestens einen freien Tag in der Woche
- ☛ Wir dulden keine Zwangsarbeit
- ☛ Keine physische, verbale oder finanzielle Diskriminierung aufgrund von ethnischer und nationaler Herkunft, Religion oder Geschlecht
- ☛ Wir dulden keine Form von Bestechung oder Korruption
- ☛ Es gilt Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit

Handlungsfeld umweltverträgliche Landwirtschaft

Die Voraussetzungen für eine umweltverträgliche Landwirtschaft sind in unseren Erzeugerländern sehr unterschiedlich. Aus diesem Grund haben wir in unseren Einkaufsbedingungen richtungsgebende Anforderungen formuliert. Grundsätzlich erwarten wir, dass natürliche Ressourcen und Artenvielfalt beim Anbau unserer Produkte bestmöglich geschützt und erhalten werden. Der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln darf nur in der Weise erfolgen, dass auch nachfolgende Generationen auf den Feldern weiter gesunde Lebensmittel anbauen können. Dazu gehören der systematische Aufbau überprüfbarer Systeme für die effiziente Bewässerung, Abwasser- und Abfallmanagement, Pestizid- und Düngemittelmanagement und das Ernten zum optimalen Reifezeitpunkt. Von unseren Lieferanten erwarten wir:

- ☛ Sorgfältige Bewirtschaftung der Plantagen für beste Produktqualität bei so geringen Auswirkungen auf die Umwelt wie möglich
- ☛ Verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen wie Wasser, Erde, Energie
- ☛ Einsatz von Pestiziden und Düngemitteln nur im absolut notwendigsten Mindestmaß
- ☛ Keine Gentechnik
- ☛ Vermeidung von Monokulturen
- ☛ Erhalt und Förderung der Biodiversität

Die Seeberger Nachhaltigkeitsleitlinien für Lieferanten

Bei der Auswahl unserer Lieferanten hat Nachhaltigkeit schon immer eine Rolle gespielt. Ihre Bedeutung nimmt jedoch zu. Entsprechend haben wir in den letzten Jahren unsere Kriterien für die Zusammenarbeit immer wieder modifiziert. 2012 haben wir erstmals die Seeberger Nachhaltigkeitsleitlinien formuliert, die seit 2014 Bestandteil unserer Einkaufsbedingungen sind. Lieferanten verpflichten sich schriftlich zu ihrer Einhaltung. Im beständigen Dialog entwickeln wir sie seitdem gemeinsam weiter. Da die Rahmenbedingungen in den Ursprungsländern so unterschiedlich sind, vom Industrie- bis zum Entwicklungsland, orientieren sich unsere Nachhaltigkeitsleitlinien zum Teil an internationalen Standards, zum Teil gehen sie darüber hinaus.

Sustainability Guidelines
for Suppliers

Ethical Trading
Statement

Supplier
Questionnaire



Das Seeberger Lieferanten-Monitoring

2014

Weiterentwicklung zu den neuen »Sustainability Guidelines For Suppliers« (Nachhaltigkeitsleitlinien für Lieferanten). Diese werden Teil der allgemeinen Einkaufsbedingungen und beinhalten die Punkte: Ökologie, Soziales, Ökonomie.

2012

Seeberger Selbstverständnis von Nachhaltigkeit: Formulierung der Seeberger Nachhaltigkeitsleitlinien, Informationsschreiben an Kunden und Lieferanten.

2015

Die konkreten Mindestanforderungen im Bereich Arbeitsbedingungen werden weiter ausformuliert und Teil der Einkaufsbedingungen: »Ethical Trading Statement«.

2015

Aspekte der »Sustainability Guidelines For Suppliers« werden in den Besuchsbericht für Einkaufsreisen aufgenommen. Ihre Einhaltung wird bei Besuchen vor Ort entsprechend systematisch überprüft.

2017

Analyse der Rückläufer aus dem Fragebogen. Weiterentwicklung des Fragebogens und erneute Versendung. Aufbau eines Bewertungssystems.

2016

Erstellen eines »Supplier Questionnaire« (Fragebogen für Lieferanten aus dem Bereich Trockenfrüchte und Nüsse) zur Selbstauskunft zu Themen der Nachhaltigkeit.

Herausforderung: Transparenz der Lieferketten

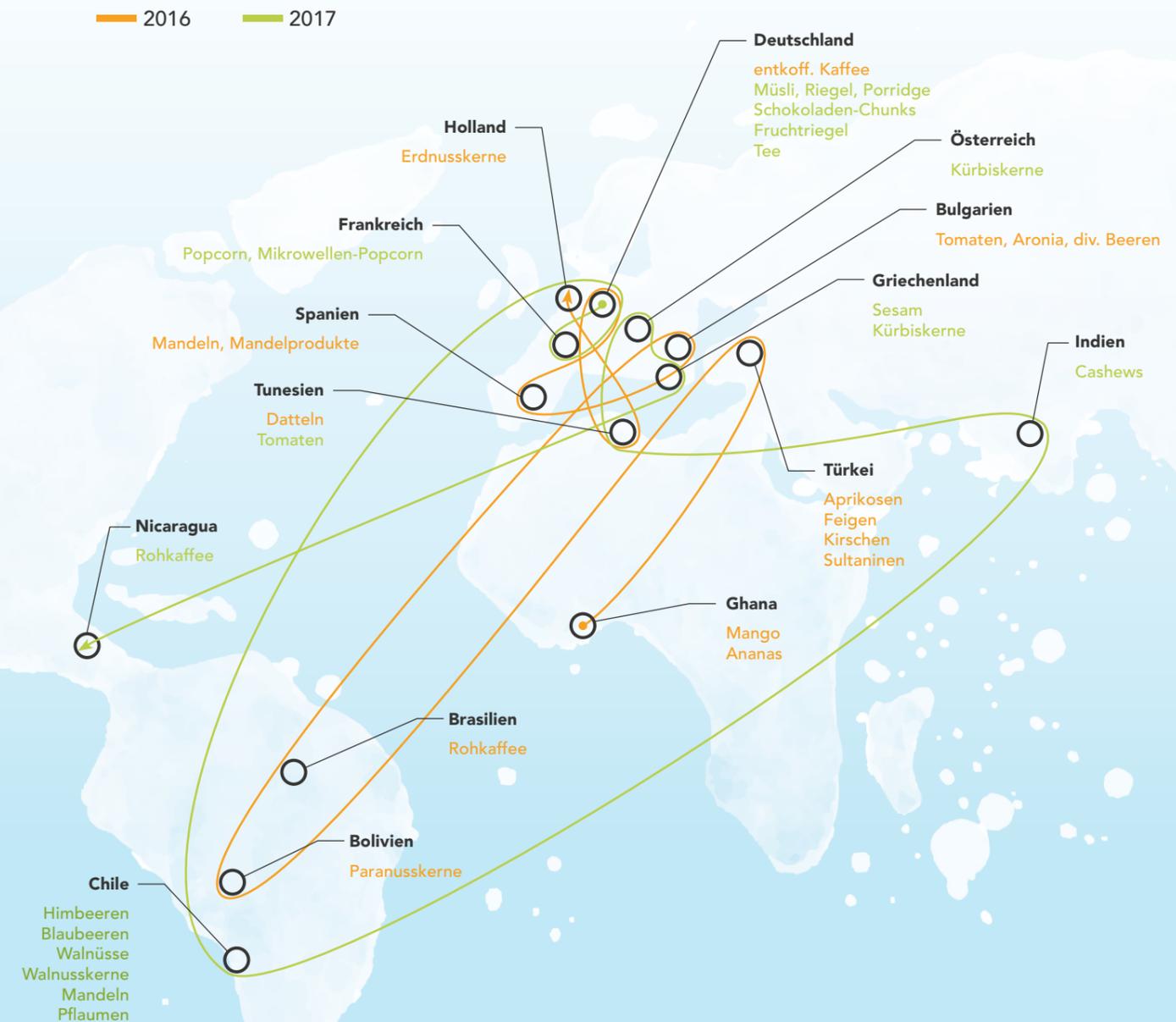
Wie unterschiedlich unser Einfluss auf Nachhaltigkeit im Ursprung ist, zeigt sich beim Einkauf unserer Produkte. Im Bereich Trockenfrüchte und Nüsse sind wir im direkten Kontakt mit unseren Lieferanten, den Plantagenbesitzern und Verarbeitungsbetrieben. Dort sind unsere Einkäufer regelmäßig vor Ort. Mit unserem Lieferanten-Fragebogen »Supplier Questionnaire« haben wir von unseren Lieferanten umfassende Informationen zur Nachhaltigkeit in ihrer Lieferkette erhalten.

Im Bereich Kaffee ist die Lieferkette komplexer: Kaffee wird zu einem Großteil von Kleinbauern und Kooperativen angebaut. Diese bringen die Kaffeekirschen zu einem Produzenten in die Verarbeitung, der die Bohnen dann, teils an weitere Zwischenhändler, weiterverkauft. Wir arbeiten daher mit Agenten zusammen, die seit Jahren weltweit den Kaffee für uns suchen und beschaffen. Sie kennen die Lieferkette vor Ort genau und wählen Erzeuger unseren Erwartungen in Bezug auf Qualität und Nachhaltigkeit entsprechend aus. Gemeinsam bereisen wir die Kaffeeplantagen und lassen uns zeigen, wo unser Kaffee herkommt und wie er angebaut wird. Hier sehen wir immer wieder, wie vielschichtig die Lieferkette ist und dass wir Systeme aus dem Lieferanten-Monitoring für Trockenfrüchte und Nüsse nicht 1:1 für den Bereich Kaffee übernehmen können. Aktuell arbeiten wir daher an einer passenden Variante für unsere Kaffeehandelspartner.

Seeberger vor Ort: Einkaufsreisen und Lieferanten-Audits

Wie können wir sicher sein, dass unsere Lieferanten die Nachhaltigkeitsleitlinien einhalten? Mehrmals im Jahr reisen unsere Einkäufer in die Herkunftsländer unserer Produkte. Schon während der Anbauphase stehen wir in engem Kontakt. Vor Ort informiert sich unser Team anhand von Checklisten über die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards. Wir wissen, ein Besuch vor Ort kann immer nur eine Momentaufnahme sein. Allerdings machen wir an vielen Stellen deutlich, dass wir auf Nachhaltigkeit Wert legen und ihre Umsetzung unterstützen. Seeberger-Lieferant zu werden ist nicht leicht: Strenge Qualitätskontrollen, detaillierte Produktspezifikationen, Audits. Andererseits bieten wir unseren Lieferanten Planungssicherheit und eine faire Partnerschaft. Auf die oft langjährige und enge Zusammenarbeit sind beide Seiten stolz. Und darauf vertrauen wir.

Die Seeberger Einkaufsreisen 2016 und 2017



Interview mit Christian Liebsch

Leiter Einkauf



Wie oft im Jahr besuchen Sie Ihre Lieferanten im Ursprung?

Wir beziehen unsere Produkte aus 50 Ländern weltweit. Alle zwei bis drei Jahre sind wir bei einem Lieferanten vor Ort, falls nötig auch zusätzlich bei Bedarf. Im Jahr kommen wir so auf etwa 15 Reisen in den Ursprung. Unsere Einkaufsreisen nutzen wir, um vor Ort alle wichtigen Kernthemen anzusprechen. Wir planen die Reise so, dass wir zum Erntezeitpunkt beim Erzeuger sind. Hier haben wir dann die Möglichkeit jede Station und jeden Arbeitsschritt im Produktionsprozess auf der Plantage und in den Produktsammelstellen im Detail zu begutachten.

Sie kennen fast alle Lieferanten persönlich und über längere Zeiträume. Wie gestalten sich die Gespräche über Nachhaltigkeit bei Ihren Besuchen?

Der Check von Nachhaltigkeit vor Ort ist fester Bestandteil unseres Besuchs. Bei nahezu jedem Verarbeitungsschritt ergeben sich Fragen zu Nachhaltigkeitsthemen: Wie wird mit dem Einsatz von Pflanzenschutz- und Düngemitteln verfahren? Woher kommt das Wasser für die Pflanzen und gibt es ein effizientes Bewässerungssystem. Welche Personen arbeiten im Betrieb, wie sind die Arbeitszeiten und wie werden sie entlohnt? So erhalten wir die Transparenz vom Feld bis ins Regal, die wir uns wünschen. Die wichtigsten Themen übernehmen wir dann in den Bericht zu unserem Lieferanten-Audit.

Wie unterschiedlich sind die Standards in den verschiedenen Ländern, was kann man erwarten und verlangen?

Ähnlich wie die Lebensstandards und -bedingungen sind die Nachhaltigkeits-Standards in den Ursprungsländern und Regionen sehr unterschiedlich. Auch hat Nachhaltigkeit bei den Lieferanten einen individuellen Stellenwert. Grundsätzlich haben wir unsere Erwartungen in unseren Einkaufsbedingungen festgehalten, für Lieferanten sind sie verbindlich. Sie orientieren sich am internationalen ILO-Standard und liegen zum Teil auch darüber.

Gibt es Nachhaltigkeitsaspekte in den Seeberger Handlungsfeldern, die sich grundsätzlich leichter oder schwieriger umsetzen lassen, zum Beispiel bei den Arbeitsbedingungen oder im Anbau?

Auch das ist länder- und lieferantenspezifisch. Interessant ist, dass Nachhaltigkeit nicht zwingend mit dem wirtschaftlichen oder technischen Entwicklungsstand eines Landes zu tun hat. In Ghana beispielsweise sind die Menschen mit dem Boden und der Natur eng verbunden. Sie leben von der Landwirtschaft und überlegen genau, wie kann ich das nachhaltig für Generationen sichern. Oder bei dem Thema faire Bezahlung: Hier geht es für uns nicht einfach nur um Zahlen, sondern immer um Löhne, die eine Existenz sichern können.

Ist den Erzeugern die Bedeutung von Nachhaltigkeit bei Kunden und bei Verbrauchern im Lieferland bewusst?

Ja, aber nicht immer in dem Maße, wie wir uns das wünschen. Für Lieferanten stehen aus ihrer Sicht manchmal dringendere Fragen, wie zum Beispiel existenzsichernde Erträge, im Vordergrund. Wir machen daher immer wieder deutlich, wie wichtig uns Nachhaltigkeit ist.

Wie können Sie im persönlichen Gespräch Einfluss auf die Entwicklung von Nachhaltigkeit nehmen?

Wir betonen in unseren Gesprächen die Bedeutung von Nachhaltigkeit, auch im Hinblick auf die Nachfrage unserer Kunden. Außerdem geben unsere regelmäßigen Audits und die Selbstauskünfte zu Nachhaltigkeitsthemen mit unseren Fragebögen immer wieder Impulse, Nachhaltigkeit noch stärker im Blick zu behalten.

Haben sie den Eindruck, dass sich die Einstellung und Umsetzung zu/von Nachhaltigkeit vor Ort, auch durch den Einfluss Ihrer Handelsbeziehungen, in den letzten Jahren verändert hat?

Ja, und zwar vor allem durch unsere Philosophie, langfristig zusammen zu arbeiten. Lieferanten, die wissen, dass sie sich auf uns verlassen können, sind Veränderungen gegenüber offen. Viele Händler in Europa kaufen zum Beispiel erst, wenn die Ernte schon da ist. Wir hingegen haben über unsere Verbindungen die Möglichkeit, schon beim Anbau bestimmte Kriterien zu vereinbaren. Das führt zu Veränderungen, die wirklich nachhaltig greifen.

Hat sich die Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten bei der Auswahl neuer Lieferanten verändert?

Ihre Bedeutung hat zugenommen. Nehmen wir das Beispiel Palmöl. Vor einigen Jahren hat das keine Rolle gespielt. Mittlerweile sind fast alle Produkte ohne Palmöl.

Mit Partnerschaften die Zukunft gestalten

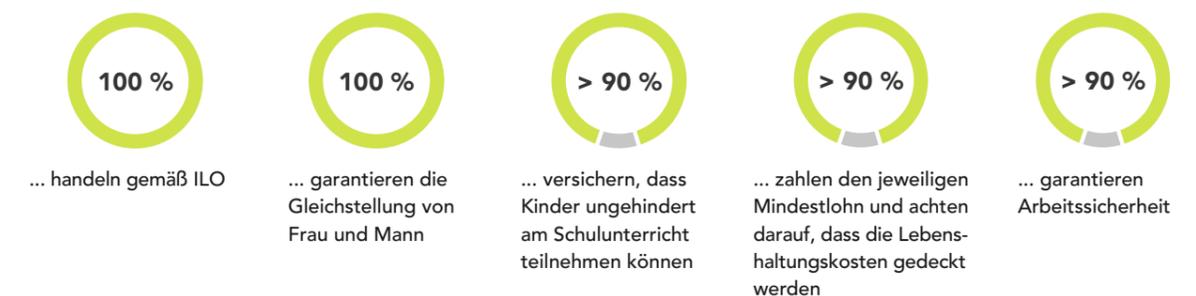
Wir haben ein hohes Interesse an ökonomisch und gesellschaftlich stabilen sowie sozial und ökologisch gestalteten Umfeldern in den Erzeugerländern unserer Produkte. Unsere Handelspartnerschaften gestalten wir auf Augenhöhe, fair, verbindlich und auf Dauer angelegt. Sie sind eine Investition in die Zukunft – für beide Seiten. Auf der Basis langer Zusammenarbeit entsteht Vertrauen und Planungssicherheit für unsere Lieferanten und für uns. Lieferanten können investieren, wirtschaftlich wachsen und individuelle Nachhaltigkeitsleistungen entwickeln. Wir erhalten Beschaffungssicherheit und Kontinuität bei der Qualität unserer Produkte. Im Rahmen unserer Handelsbeziehungen können wir so die regionalen sozialen, ökologischen und ökonomischen Strukturen bei unseren Lieferanten im Erzeugerland positiv beeinflussen. Unseren Partnern bieten wir:

- Faire und angemessene Preise für hochwertige Produkte unter Berücksichtigung der notwendigen Produktionskosten
- Preisfindung auf Basis langfristiger Planung und nicht anhand spekulativer Weltmarktpreise
- Planungssicherheit von Ernte zu Ernte und darüber hinaus mit in der Branche eher unüblichen Jahreskontrakten

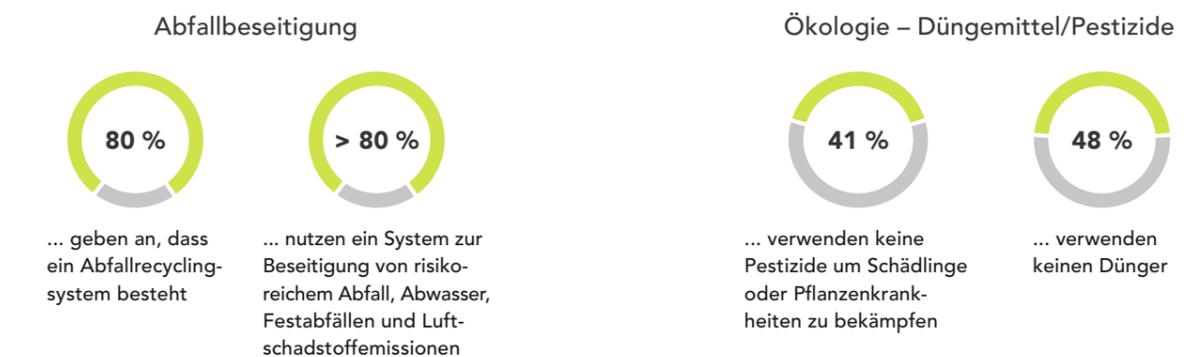
Lieferantenumfrage 2017: Ergebnisse und Potentiale

Im Herbst 2017 haben wir zum zweiten Mal den Status Quo zu Nachhaltigkeitsthemen im Ursprung abgefragt. Nahezu alle Lieferanten des Bereichs Trockenfrüchte und Nüsse haben unsere Fragebögen beantwortet (Rücklaufquote 83 %). Damit haben wir eine deutlich höhere Transparenz in unserer Lieferkette erhalten. Die Ergebnisse der Umfrage helfen uns, den aktuellen Stand einzuschätzen und ein besseres Verständnis der Möglichkeiten vor Ort zu entwickeln. Unsere Fragebögen können wir spezifischer auf die Gegebenheiten vor Ort anpassen. So erhalten wir zunehmend differenziertere, authentische Ergebnisse, die uns helfen, Handlungsfelder und angemessene Ziele zu formulieren.

Ergebnisse im Handlungsfeld Arbeitsbedingungen



Ergebnisse im Handlungsfeld Anbau, umweltverträgliche Landwirtschaft



Handlungsfelder Lieferanten und UN-Entwicklungsziele (SDG)

Grundsätzlich werden die Rahmenbedingungen für nachhaltiges Handeln im Ursprung von Regierungen und der Politik vor Ort gesetzt. Unser Ziel ist es, im Dialog mit den Erzeugern das individuell bestmögliche Ergebnis zu erreichen. Im Hinblick auf die UN-Entwicklungsziele können wir in unseren Handlungsfeldern im Ursprung zu folgenden Entwicklungszielen und Unterzielen beitragen.

Handlungsfeld Arbeits- und Lebensbedingungen (SDG)

Keine Armut

SDG 1.1 Bis 2030 die extreme Armut - gegenwärtig definiert als der Anteil der Menschen, die mit weniger als 1,25 Dollar pro Tag auskommen müssen - für alle Menschen überall auf der Welt beseitigen

Unsere Paranüsse werden im Urwald Boliviens handverlesen gesammelt. Sie stammen von wildwachsenden Bäumen. Fällt die Ernte schlecht aus wie bspw. 2017, warten wir wochenlang auf unsere Nüsse. Verlässlichkeit gehört zu unseren Prinzipien. Deshalb nehmen wir die wertvolle Ware auch später ab und zahlen den vereinbarten Preis.



SDG 1.3 Den nationalen Gegebenheiten entsprechende Sozialschutzsysteme und -maßnahmen für alle umsetzen, einschließlich eines Basisschutzes; und bis 2030 eine breite Versorgung der Armen und Schwachen erreichen

Unser Lieferant für Datteln in Tunesien stellt eine Busverbindung für Mitarbeiter zum Arbeitsplatz.



Unser Lieferant für Mango/Ananas in Ghana stellt Mitarbeitern das Mittagessen.



Bezahlung fairer Löhne

- Existenzsichernde Mindestlöhne: Löhne und weitere Leistungen müssen den legalen nationalen Standards und Mindestlohn-Vereinbarungen entsprechen oder sie übersteigen

Bezahlung fairer Preise

- Preisfindung auf Basis notwendiger Produktionskosten
- Fairer Ausgleich von Interessen
- Keine Bestechung und keine Korruption
- Langfristige Verbindung/Verträge: Planungssicherheit für Lieferanten - Beschaffungssicherheit, Kontinuität der hohen Qualität für Seeberger

Sichere und hygienische Arbeitsbedingungen

- Sichere Gestaltung des Arbeitsplatzes gewährleisten
- Alle lokalen Gesetze in Bezug auf die Gesundheit, Sicherheit und das Wohlergehen ihrer Mitarbeiter einhalten
- Gilt nach ILO Convention 155 und ILO Empfehlung 164 auch für vom Arbeitgeber gestellte Wohnunterkünfte
- Notausgänge, Fluchtwege und -treppen müssen freigehalten werden und aus jedem Stockwerk zur Verfügung stehen

Arbeitszeiten

- Gelten in Übereinstimmung mit den relevanten nationalen Gesetzen
- Einhalten der Mindeststandards bei fest angebotenen und saisonalen Arbeitern/innen
- Kernarbeitsnormen der ILO



Gesundheit und Wohlergehen

SDG 3.9 Bis 2030 die Zahl der Todesfälle und Erkrankungen aufgrund gefährlicher Chemikalien und der Verschmutzung und Verunreinigung von Luft, Wasser und Boden erheblich verringern



Beim Anbau von Mais für unser Popcorn werden Schlupfwespen statt Insektizide zur Bekämpfung des Maiszünslers eingesetzt.

In der Türkei wird die Bekämpfung von Schädlingen bei der Rosinen-Produktion vom Monitoring bis zur Anwendung von Pestiziden ganzheitlich gemanagt und kontrolliert.



Geschlechtergleichstellung

SDG 5.1 Alle Formen der Diskriminierung von Frauen und Mädchen überall auf der Welt beenden



Düngemittel- und Pestizidmanagement

- Pestizide und Düngemittel nur im absolut notwendigen Mindestmaß
- Negativ-Liste Pestizide für Lieferanten: Pestizide, die grundsätzlich zulässig sind, die wir aber ausschließen
- Beim Einsatz und beim Ausbringen dieser Hilfsstoffe wird immer die Gesundheit der Arbeiter/innen und der umliegenden Bevölkerung beachtet

Verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen

- Einflüsse auf den Klimawandel reduzieren: Effizienter, verantwortungsvoller und nachhaltiger Umgang mit natürlichen Ressourcen wie Wasser, Erde und Energie



Gleichberechtigung

- Keine Diskriminierung
- Gleiche Bezahlung für gleiche Arbeit



Sauberes Wasser und Sanitärversorgung

SDG 6.1 Bis 2030 den allgemeinen und gerechten Zugang zu einwandfreiem und bezahlbarem Trinkwasser für alle erreichen



Effiziente Bewässerung ist in trockenen Gebieten essentiell. Unser Lieferant für Walnusskerne in Chile setzt daher die punktgenaue und wassersparende Tröpfchenbewässerung ein.

SDG 6.2 Bis 2030 den Zugang zu einer angemessenen und gerechten Sanitärversorgung und Hygiene für alle erreichen und der Notdurftverrichtung im Freien ein Ende setzen, unter besonderer Beachtung der Bedürfnisse von Frauen, Mädchen und von Menschen in prekären Situationen



Wassermanagement

- Monitoring:
- Effiziente, sparsame Wassernutzung
 - Spezifische Abwassermanagement-Systeme
 - Bewässerungsschema

- Siehe 6.1
- Seeberger Qualitätsstandards: Toiletten und Handwaschmöglichkeiten zur Desinfektion etc. sind Voraussetzung für die Sicherung der Hygienestandards im Ursprung

Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

SDG 8.7 Sofortige und wirksame Maßnahmen ergreifen um Zwangsarbeit abzuschaffen; moderne Sklaverei und Menschenhandel zu beenden; das Verbot und die Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit, einschließlich der Einziehung und des Einsatzes von Kindersoldaten, sicherstellen und bis 2025 jeder Form von Kinderarbeit ein Ende setzen

SDG 8.8 Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer, einschließlich der Wanderarbeitnehmer/innen und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern



Menschenwürdige Arbeit

- Keine Zwangsarbeit
- Keine ausbeuterische Kinderarbeit
- ILO Convention 138, ILO Empfehlung 146

Sichere und hygienische Arbeitsbedingungen

- Siehe SDG 1.3

Weniger Ungleichheiten

SDG 10.2 Bis 2030 alle Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Behinderung, Rasse, Ethnizität, Herkunft, Religion oder wirtschaftlichem oder sonstigem Status zu Selbstbestimmung befähigen und ihre soziale, wirtschaftliche und politische Inklusion fördern



Gleichberechtigung

- Keine Diskriminierung
- Gleicher Lohn für gleiche Arbeit
- Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit



Handlungsfeld Anbau und umweltverträgliche Landwirtschaft (SDG)

Kein Hunger

SDG 2.4 Bis 2030 die Nachhaltigkeit der Systeme der Nahrungsmittelproduktion sicherstellen und resiliente landwirtschaftliche Methoden anwenden, die die Produktivität und den Ertrag steigern, zur Erhaltung der Ökosysteme beitragen, die Anpassungsfähigkeit an Klimaänderungen, extreme Wetterereignisse, Dürren, Überschwemmungen und andere Katastrophen erhöhen und die Flächen- und Bodenqualität schrittweise verbessern

SDG 2.5 Bis 2020 die genetische Vielfalt von Saatgut, Kulturpflanzen sowie Nutz- und Haustieren und ihren wildlebenden Artverwandten bewahren, unter anderem durch gut verwaltete und diversifizierte Saatgut- und Pflanzenbanken auf nationaler, regionaler und internationaler Ebene, und den Zugang zu den Vorteilen aus der Nutzung der genetischen Ressourcen und des damit verbundenen traditionellen Wissens sowie die ausgewogene und gerechte Aufteilung dieser Vorteile fördern, wie auf internationaler Ebene vereinbart



Umwelt, Biodiversität, nachhaltiges Farming

- Wo immer möglich, fördern wir die Biodiversität
- Ein Umstellen auf Monokulturen und ein Vernichten von biologischer Vielfalt lehnen wir ab
- Pestizide und Düngemittel nur im absolut notwendigen Mindestmaß
- Ziel: Die natürlichen Lebensbedingungen für Flora und Fauna zu erhalten/verbessern; nachfolgende Generationen sollen auf der gleichen landwirtschaftlichen Fläche noch nach Jahrzehnten hochwertige und gesunde Lebensmittel anpflanzen und ernten können

Sauberes Wasser und Sanitärversorgung

SDG 6.3 Bis 2030 die Wasserqualität durch Verringerung der Verschmutzung, Beendigung des Einbringens und Minimierung der Freisetzung gefährlicher Chemikalien und Stoffe, Halbierung des Anteils unbehandelten Abwassers und eine beträchtliche Steigerung der Wiederaufbereitung und gefahrlosen Wiederverwendung weltweit verbessern

SDG 6.4 Bis 2030 die Effizienz der Wassernutzung in allen Sektoren wesentlich steigern und eine nachhaltige Entnahme und Bereitstellung von Süßwasser gewährleisten, um der Wasserknappheit zu begegnen und die Zahl der unter Wasserknappheit leidenden Menschen erheblich zu verringern



Wassermanagement, Bewässerungsschemata

- Bestandteil Nachhaltigkeits-Monitoring:
- Effiziente, sparsame Wassernutzung
 - Spezifische Abwassermanagement-Systeme
 - Bewässerungsschema

Nachhaltiger Konsum und Produktion

SDG 12.3 Bis 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverlusten verringern



Unser Lieferant in Ghana macht sich mit eigenem Strom von der unzuverlässigen Stromversorgung unabhängig: Energie wechselt von Solarenergie und Biogas aus der Verwertung von Mango- und Ananasschalen.



Qualitätsmanagement

- Seeberger kauft ausschließlich Produkte von hoher Qualität, das wissen unsere Lieferanten. Uns ist es wichtig, dass unsere Lieferanten von Beginn an Abnehmer für die anderen Qualitäten haben und nicht von einem Abnehmer abhängig sind.
- Nussschalen und Bioabfall (bspw. Bananenschalen, Mangoschalen, Blätter, Kerne) werden aufbereitet

Leben an Land

SDG 15.5 Umgehende und bedeutende Maßnahmen ergreifen, um die Verschlechterung der natürlichen Lebensräume zu verringern, dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende zu setzen und bis 2020 die bedrohten Arten zu schützen und ihr Aussterben zu verhindern



In der Kaffeeplantage unseres Lieferanten in Indien wird neben Kaffee auch Pfeffer angebaut. Das verhindert Monokulturen und sichert dem Erzeuger bei Ernteaussfällen ein zusätzliches Einkommen.

Pestizide, die Bienen schaden, haben wir in unsere Negativliste für Pflanzenschutzmittel und Insektizide aufgenommen.



Umwelt, Biodiversität, nachhaltiges Farming

- Wo immer möglich, fördern wir die Biodiversität
- Ein Umstellen auf Monokulturen und ein Vernichten von biologischer Vielfalt lehnen wir ab
- Pestizide und Düngemittel nur im absolut notwendigen Mindestmaß
- Ziel: Die natürlichen Lebensbedingungen für Flora und Fauna zu erhalten oder zu verbessern; nachfolgende Generationen sollen auf der gleichen landwirtschaftlichen Fläche noch nach Jahrzehnten hochwertige und gesunde Lebensmittel anpflanzen und ernten können

Unsere Ziele in den Handlungsfeldern Lieferanten

Transparenz der Seeberger Lieferkette

Wir wollen Rückverfolgbarkeit bis aufs Feld. Dafür kaufen wir direkt im Ursprung und nicht anonym an der Börse. Wir kennen die Plantage auch dann, wenn unser Direktlieferant nur der verarbeitende Betrieb oder die Sammelstelle im Ursprung ist.

Transparenz zu den sozialen und ökologischen Handlungsfeldern unserer Direktlieferanten

Wir wollen in Kooperation mit unseren Lieferanten Handlungsfelder (Hot Spots) identifizieren und gemeinsam daran arbeiten. Auf der Basis eines regelmäßigen und jeweils aktuellen Lieferanten-Monitorings möchten wir langfristig bei sozialen und ökologischen Herausforderungen in der Lieferkette unterstützen und dazu beitragen, sie zu lösen.



Handlungsfelder Standort Ulm

Das große Ganze: Erfahrung, Ideen und Mut zur Veränderung

Im Vergleich zu den Möglichkeiten im Ursprung, können wir bei Seeberger in Ulm an nahezu jedem Arbeitsplatz Einfluss zugunsten von Nachhaltigkeit nehmen. Hier gestalten wir gemeinsam, wie nachhaltig wir heute und in Zukunft arbeiten. Wir vertrauen auf die Erfahrung, das hohe Fachwissen und die Initiative unserer Mitarbeiter. Sie geben Impulse für effizientere Arbeitsabläufe, haben Ideen für nachhaltige Verpackungen und Mobilität oder Anregungen für Verbesserungen der Work/Life-Balance. Fast täglich sehen wir, wie viele Ideen, die einen scheinbar nur kleinen Arbeitsschritt einfacher und effizienter gestalten, unverzichtbar auf das große Ganze einzahlen.

Unsere Handlungsfelder Nachhaltigkeit am Standort Ulm



Handlungsfeld Klima inklusive Transporte

Die Seeberger Klimaschutzstrategie

Seit 2012 messen und erfassen wir unsere Emissionen alle zwei Jahre in einer Klimabilanz. Sie ist Bestandteil unserer Klimaschutzstrategie, mit der wir die Emissionen am Standort so gering halten wollen, wie möglich. Wie maßgeblich das Klima die Erzeugung unserer Produkte beeinflusst, sehen wir in vielen Ländern des Ursprungs. Inzwischen zeigt uns die Klimabilanz im Jahresvergleich, ob unsere Anstrengungen Emissionen zu senken und Ressourcen zu sparen zum Ziel führen. Sie zeigt auch, wie wir in Zukunft noch besser werden können. Daran arbeiten wir laufend und gehen mit gutem Beispiel voran. Denn nur so können wir auch von unseren Lieferanten im Ursprung nachhaltiges Handeln erwarten.

90 % unserer Rohware wird mit dem Schiff verladen. Die restlichen 10 % werden jeweils zur Hälfte per Bahn und mit dem LKW geliefert. Auf Flugtransporte verzichten wir, beziehungsweise nutzen diese nur auf ausdrücklichen Kundenwunsch.

Thomas Braun, Importlogistik

Die Klimabilanz 2017: Ziel erreicht

2015 haben wir uns folgendes Ziel gesetzt: Im Vergleich zum Basisjahr 2013 (erste Seeberger Klimabilanz) wollen wir unsere Treibhausgasemissionen bis 2018 um 10 % senken. In den letzten zwei Jahren ist Seeberger wieder stark gewachsen. Das Sortiment wurde erweitert, die Importlogistik erhöht, viele neue Mitarbeiter eingestellt und teilweise im Dreischichtbetrieb gearbeitet. Auch die Anzahl der Mitarbeiter im Außendienst ist gestiegen und wir haben unseren Fuhrpark dementsprechend vergrößert. Außerdem wurde in der Produktion eine hochmoderne Klimaanlage in Betrieb genommen. Veränderungen, die sich auf den Verbrauch von Energie und die entsprechenden Emissionen auswirken.

Emissionen senken und gleichzeitig wachsen?

Wenn wir unser Wachstum seit 2015 und die Ergebnisse der Klimabilanz 2017 ins Verhältnis zum Basisjahr 2013 setzen, konnten wir unsere Werte nicht nur halten, sondern die Treibhausgasemissionen sogar senken. Wie ist das möglich? Hier einige Beispiele:

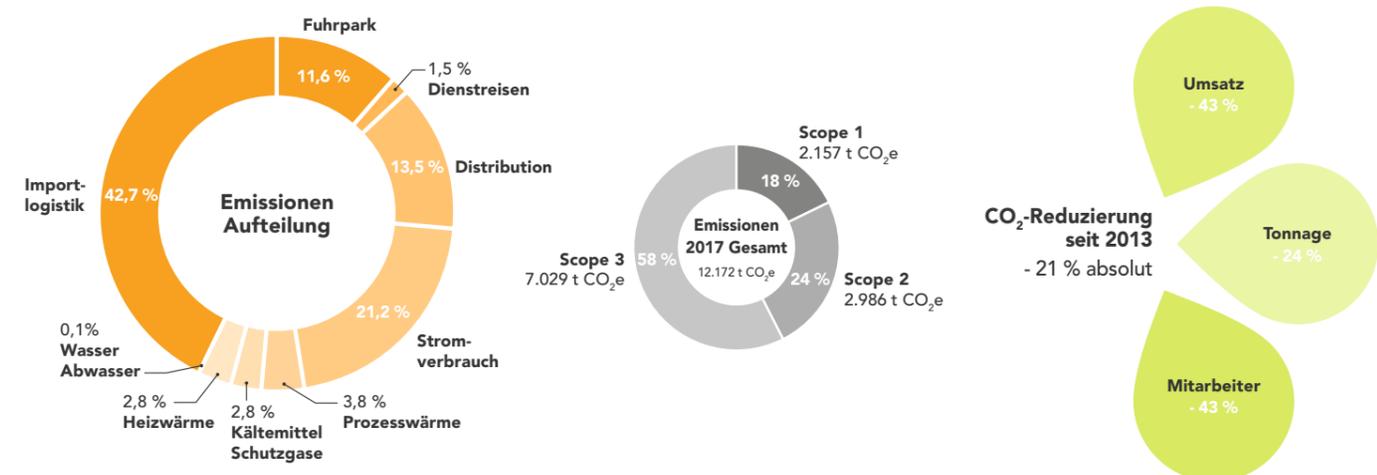
- Durch den Bezug von Ökostrom konnten wir 2.500 Tonnen Treibhausgase (THG) einsparen.
- Über den nationalen Paketversand mit GoGreen haben wir 38 Tonnen THG eingespart.
- Unsere 2016 in Betrieb genommene Photovoltaikanlage leistete mit eigenproduziertem grünem Strom einen regelmäßigen Beitrag zur Energieversorgung. Im Jahr sparen wir etwa 30 Tonnen CO₂ ein.
- Bei Neukäufen von Anlagen und Maschinen achten wir auf Energieeffizienz, wir rüsten die Beleuchtung auf LED um und koppeln sie in Fluren an Bewegungsmelder.
- Wir verschicken unsere Ware nur auf ausdrücklichen Kundenwunsch mit dem Flugzeug. Unsere Container lassen wir möglichst voll beladen.
- Videokonferenzen ersetzen Reisen.
- Wir erhöhen den Anteil an Bahnreisen statt Flüge.

Das Ergebnis 2017: Ziel übertroffen!

Unter Einberechnung dieser und vieler weiterer Einspareffekte sind die absoluten Treibhausgasemissionen nicht um 10 sondern sogar um 21 % gesunken. Damit steht fest: **Unser Klimaziel 2018 haben wir um das Doppelte übertroffen.**

Ergebnisse unserer Klimabilanz

Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2017 durch die Seeberger GmbH 12.172 Tonnen Treibhausgase emittiert. Dies entspricht 49 g CO₂e pro Tonne verkaufter Ware oder 20,3 Tonnen CO₂e pro Mitarbeiter.



Handlungsfeld Klima inklusive Transporte (SDG)



Bezahlbare und saubere Energie

SDG 7.2 Bis 2030 den Anteil erneuerbarer Energien am globalen Energiemix deutlich erhöhen



Mit der Eigenstromproduktion unserer Photovoltaikanlage sparen wir im Jahr rund 30 Tonnen CO₂.

SDG 7.3 Bis 2030 die weltweite Steigerungsrate der Energieeffizienz verdoppeln

2017 testeten wir ein Elektroauto für unseren Außendienst im Bereich Kaffee. Für die täglichen Lieferfahrten ist die Reichweite leider zu gering. Wir bleiben dran und testen weitere E-Alternativen.



Erneuerbare Energie

- Grüner Eigenstrom mit Photovoltaikanlage, Bezug von Ökostrom

Energieeffiziente Mobilität, Logistik und Gebäudetechnik

- Verbessertes Monitoring der Energieverbräuche
- Transporte: Verzicht auf Flugtransporte
- Kostenfreie Jahreskarten ÖPNV für Mitarbeiter
- GoGreen Paketversand
- Energieeffiziente Kälteanlagen
- Energieeffizientes Hochregallager
- Umrüstung auf LED
- Office Coffee Solutions und Vending: Energieeffiziente Kaffee- und Snackautomaten in Kantinen für Mitarbeiter unserer Kunden
- Telemetrie: Elektronische Datenübertragung zur Wartung der Kaffee- und Snackautomaten beim Kunden, weniger Kontrollfahrten
- Videokonferenzen statt Meetings, mehr Bahnfahrten



Maßnahmen zum Klimaschutz

SDG 13.2 Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen



Twogo: Plattform und begleitende App für Fahrgemeinschaften mit Nachbarfirmen. Eine Aktion die Aufmerksamkeit bekommt: Weitere Firmen zeigen Interesse sowie Institutionen, die unsere Erfahrungen für andere Gebiete in der Region nutzen wollen.



Strategische Konzepte und Projekte

- Seeberger Klimaschutzstrategie, Klimabilanz
- Seeberger NaturWelt-Botschafter, Azubiprojekte, Ideenwerkstatt
- Seeberger Mobilitätskonzepte für Mitarbeiter: Mit dem Rad zur Arbeit, Job-Rad, Fahrgemeinschaften, kostenfreier ÖPNV, etc.
- Motivation, Information, Transparenz zu Nachhaltigkeitsthemen: Mitarbeiterzeitschrift, Aus- und Weiterbildung on the job

Oft geraten wir bei Nachhaltigkeitsthemen in Zielkonflikte: Die Klimatisierung der Produktion führt zu besseren Arbeitsbedingungen und gleichzeitig zu einer Verschlechterung der Klimabilanz. Wir haben uns bewusst für die Klimatisierung entschieden und suchen nach CO₂-Einsparungen an anderen Stellen.

Martin Salzer, Teamleitung Bau und Infrastruktur



Unsere Ziele im Handlungsfeld Klima inklusive Transporte

Unser Ziel für 2018 haben wir erreicht. Jetzt gilt es neue Ziele mit zeitlichem Rahmen zu stecken. Bis 2020 definieren wir ein neues Basisjahr und erweitern die Systemgrenzen der Bilanzierung. So ist zu erwarten, dass die Treibhausgasemissionen durch das allgemeine Wachstum und durch Unternehmenszukaufe im letzten Jahr wieder steigen.



Handlungsfeld Mitarbeiter-/innen und Gerechtigkeit

Die Seeberger Arbeits- und Führungskultur

Seit über 170 Jahren gibt es Seeberger. Wie konnten wir uns so erfolgreich im Wettbewerb behaupten? Es ist der Verdienst unserer Mitarbeiter. Wir arbeiten international, unsere Belegschaft ist vielfältig. Wir begrüßen und fördern einen wertschätzenden, respektvollen, und vorurteilsfreien Umgang miteinander ebenso, wie eine transparente und offene Gesprächskultur. Wir gestalten sichere und gesundheitsorientierte Arbeitsumfelder. Mit Aus- und Weiterbildungs- sowie familienunterstützenden Programmen tragen wir dazu bei, Mitarbeiter und Karrieren im Unternehmen individuell weiterzuentwickeln. Zu unserer Wertekultur gehört auch, dass wir uns an Regeln halten. Um das zu gewährleisten arbeiten wir an einem Seeberger Compliance Management System und dessen Zertifizierung.

Mitarbeiterbeteiligung und Mitwirkung

Neben den institutionellen Formen betrieblicher Arbeitnehmervertretungen wie unserem Betriebsrat, halten wir unsere Hierarchien partizipativ, flach und transparent. Wir arbeiten zusammen, engagiert und lösungsorientiert über Unternehmensebenen hinaus. Unsere Mitarbeiter engagieren sich in arbeitsbezogenen Fach- und Führungskreisen aber auch in themenspezifischen Initiativen, deren Ergebnisse unseren Arbeitsalltag erleichtern und bereichern. Wir wertschätzen, dass Mitarbeiter ehrenamtliche Aufgaben im Rahmen der Arbeitssicherheit, der Mitbestimmung oder der Aus- und Weiterbildung wahrnehmen. Wir beteiligen Mitarbeiter an der Gestaltung unseres Unternehmens – und auch am Erfolg: Über zwei Mitarbeiterbeteiligungsmodelle erhalten sie jährlich eine gewinnabhängige Erfolgsbeteiligung sowie eine attraktive, gewinnabhängige Verzinsung auf ihre Beteiligung am Unternehmenskapital.

Aus- und Weiterbildung

Wir begleiten die Aus- und Weiterbildung unserer Auszubildenden, Mitarbeiter und Führungskräfte mit Programmen und Initiativen. Dazu zählen neben der Vermittlung fach- und aufgabenspezifischer Kompetenzen auch soziale und kommunikative Fähigkeiten. Qualifizierten Nachwuchs-, Fach- und Führungskräften bieten wir beispielsweise mit PEP@Seeberger die Möglichkeit, ihre Methoden- und Sozialkompetenzen auszubauen. Über Kooperationen mit Bildungsinstituten am Standort vernetzen wir Wissen und Kompetenz und tragen so auch dazu bei, die Region zu stärken.



Seeberger Family

Seeberger ist ein Familienunternehmen. Ein ausgewogenes Arbeits- und Familienlebens ist uns wichtig. Unter dem Dach unseres Programms »Seeberger Family« bieten wir auf verschiedene Lebenssituationen zugeschnittene Dienstleistungen und Informationen, die zu einer guten Vereinbarkeit von Beruf und Leben beitragen.



Seeberger Team beim Frauenlauf Ulm



Nach der Mitarbeiterumfrage zur Mitarbeitermobilität haben wir 2017 das JobRad-Modell eingeführt.

➤ Hier können Mitarbeiter über eine Gehaltsumwandlung ein Fahrrad zu günstigen Konditionen leasen und am Ende der Laufzeit auch erwerben. ◀

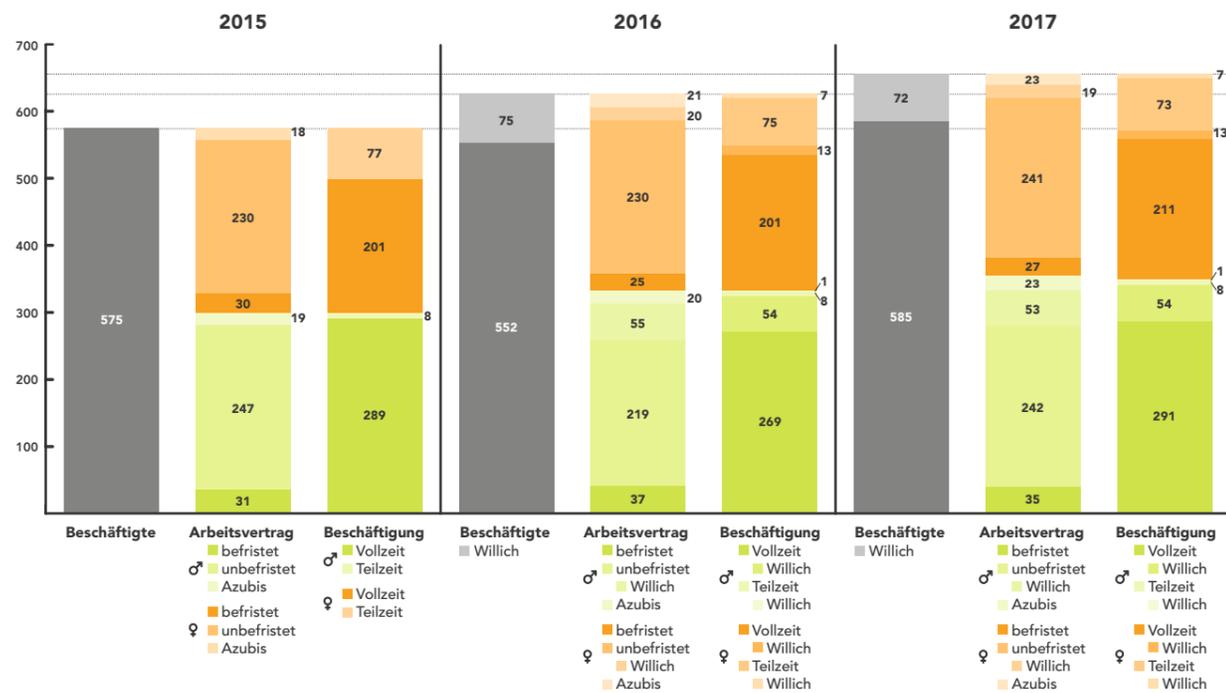
Andrea Schöttler, Ansprechpartnerin zu JobRad



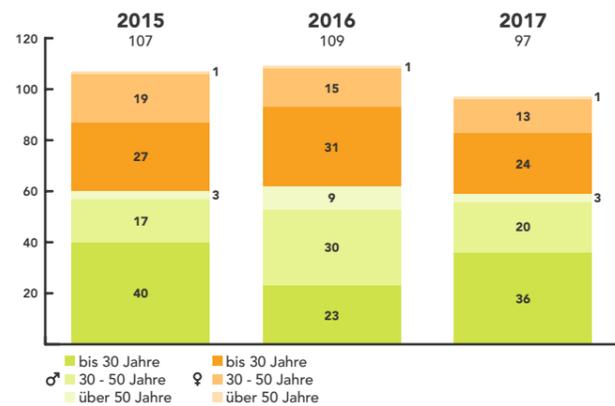
HNU-Employer Branding Award 2017

2017 sind wir im Rahmen einer Studie der Hochschule Neu Ulm erneut mit dem »Employer Branding Award« ausgezeichnet worden. Mehr als 1.700 Studierende, Schüler und Ausbildungsfachkräfte wurden befragt, von 70 Unternehmen der Region wählten sie Seeberger auf Platz 3 der attraktivsten Arbeitgeber.

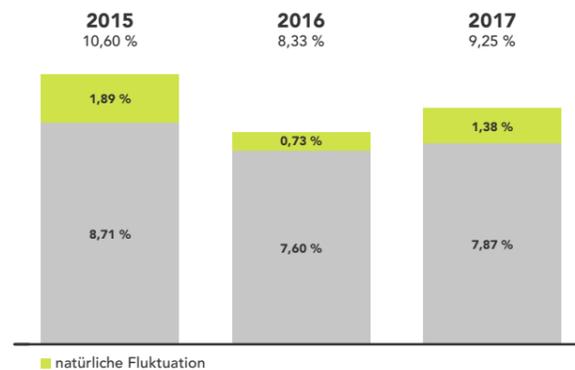
Entwicklung Mitarbeiter/-innen



Eintritte



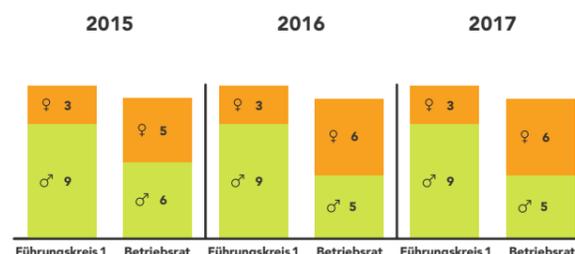
Fluktuationsquote



Stunden für Aus- und Weiterbildung



Vielfalt und Chancengleichheit



Handlungsfeld Mitarbeiter und Gerechtigkeit (SDG)



Hochwertige Bildung

SDG 4.4 Bis 2030 die Zahl der Jugendlichen und Erwachsenen wesentlich erhöhen, die über die entsprechenden Qualifikationen einschließlich fachlicher und beruflicher Qualifikationen für eine Beschäftigung, eine menschenwürdige Arbeit und Unternehmertum verfügen

SDG 4.5 Bis 2030 geschlechtsspezifische Disparitäten in der Bildung beseitigen und den gleichberechtigten Zugang der Schwachen in der Gesellschaft, namentlich von Menschen mit Behinderungen, Angehörigen indigener Völker und Kindern in prekären Situationen, zu allen Bildungs- und Ausbildungsebenen gewährleisten

SDG 4.7 Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Lebensweisen, Menschenrechte, Geschlechtergleichstellung, eine Kultur des Friedens und der Gewaltlosigkeit, Weltbürgerschaft und die Wertschätzung kultureller Vielfalt und des Beitrags der Kultur zu nachhaltiger Entwicklung



Potential Entwicklungs-Programme (PEP@Seeberger): Workshop zur Sensibilisierung des Bewusstseins für kognitive Verzerrungen



- Kooperation Uni / IHK
- Nachwuchskräfteförderung PEP
- Führungskräfteentwicklung, Trainings »Qualität in Führung«

- Chancengleichheit durch Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Neues Projekt: Vereinbarkeit Beruf und Pflege
- Kontaktprogramm in Elternzeit
- Betriebskita
- Schulkinderbetreuung

- Mitarbeitersensibilisierung für Nachhaltigkeitsthemen
- NaturWelt-Botschafter, regelmäßige Treffen, Projekte
- Azubiprojekte
- Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften, Nachhaltigkeitsbericht
- Stichwort Führungskräfteentwicklung: Auffrischung und Erweiterung des Trainings »Qualität in Führung« auf Teamleiterebene in 2016
- Einführungsveranstaltung für neue Mitarbeiter »Welcome@Seeberger«



Geschlechtergleichstellung

SDG 5.1 Alle Formen der Diskriminierung von Frauen und Mädchen überall auf der Welt beenden

SDG 5.5 Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen



- Chancengleichheit in allen Unternehmensbereichen
- Betriebsrat
- Seeberger Family Programm: Betriebskita, Ferienbetreuung, etc.

Anteil Frauen in der ersten Führungsebene: 30 % (= von der Bundesregierung geplante gesetzliche Frauenquote für die Privatwirtschaft)

Weniger Ungleichheiten

SDG 10.2 Bis 2030 alle Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Behinderung, Rasse, Ethnizität, Herkunft, Religion oder wirtschaftlichem oder sonstigem Status zu Selbstbestimmung befähigen und ihre soziale, wirtschaftliche und politische Inklusion fördern



- Chancengleichheit in allen Unternehmensbereichen
- Betriebsrat
- Behindertenvertreter, Suchtbeauftragter
- Integration von Flüchtlingen (Sprachkurse, etc.)

Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

SDG 16.5 Korruption und Bestechung in allen ihren Formen erheblich reduzieren



- Aufbau eines Compliance Management Systems, (Zertifizierung Kartellrecht, Korruption im Aufbau)

Unsere Ziele im Handlungsfeld Mitarbeiter/-innen und Gerechtigkeit



Handlungsfeld Effizienz

Effizienz und Nachhaltigkeit gehören zusammen

Der Begriff Effizienz hat für uns viele Dimensionen. Es geht um Wirtschaftlichkeit, Wachstum und Innovation. Und es geht um Nachhaltigkeit. Im Seeberger Arbeitsalltag überschneiden sich diese Themen ganz selbstverständlich. In nahezu allen Arbeitsprozessen spielt der effiziente Ge- und Verbrauch natürlicher Ressourcen eine maßgebliche Rolle. In jedem Arbeitsbereich wird das entsprechende Fachwissen täglich angewendet, weitergegeben und erwartet. Zu vermitteln, dass Effizienz und Nachhaltigkeit für uns zusammengehören ist Führungsaufgabe. Vom Vorstellungsgespräch bis in den spezifischen Produktionsalltag begleitet das Thema Nachhaltigkeit jeden Mitarbeiter. Viele Beispiele zeigen, dass unsere Mitarbeiter diese Verantwortung täglich lösungsorientiert angehen.

Handlungsfeld Effizienz: Konzepte, Kompetenzen und Prozesse

Effizienz im Arbeitsalltag – daran arbeiten wir:

- Messen, bewerten, Ziele setzen:**
 Klimabilanz: Effizienzpotenziale erkennen und nutzen. Sie ist Bestandteil unserer Klimaschutzstrategie.
- Ressourcen schonen:**
 Rohstoffe und natürliche Ressourcen wo möglich sparen, Abfälle vermeiden, trennen, recyceln. Food-Waste in allen Produktionsprozessen minimieren. Emissionen reduzieren, Anteil erneuerbarer und »grüner« Energie im Mix erhöhen, Ressourcen schonende Import- und Distributionslogistik.
- Investieren, modernisieren, entwickeln:**
 Moderne Lagertechnik, energieeffiziente Büro- und Gebäudetechnik, nachhaltiges Bauen bei Neu- oder Umbauten und Vergrößerungen, FTS (Fahrerloses Transport System) in der Produktion. Energieeffiziente Kälteanlagen sowie Maschinen und Automaten im Geschäftsbereich Office Coffee Solutions (OCS).
 Seeberger Ideenwerkstatt: Institutionalisiertes Vorschlagswesen zur Prozessoptimierung.
- Alternative Mobilitätskonzepte:**
 Mit dem Rad zur Arbeit, kostenlose ÖPNV Mitarbeiter-Fahrkarten, regionale Unternehmenskooperation Mitfahrzentrale, Video-Konferenzen statt Meetings mit Dienstfahrten, reduzierte Anfahrten für Wartung durch digitale Technologie (Telemetrie)
- Impulse, Training, Sichtbarkeit:**
 Mitarbeitergespräche, Aus- und Weiterbildung »on the job« und in Projekten, zum Teil mit Partnern wie IHK Ulm. Laufende Optimierung von Produktionsprozessen, Mitarbeiter als Impulsgeber. Mitarbeiter- und Kundenzeitschriften, Nachhaltigkeitsberichte, Klimabilanzen.

Aktuelles aus dem Betriebsbereich

Seit Mitte 2016 berichten wir in unserem Mitarbeitermagazin »Seeberger aktuell« jeden Monat über Modernisierungen in unseren Betriebsbereichen. Umbauten, Anlagenbau, Sicherheitstechnik: Im Durchschnitt sind es monatlich bis zu sechs Maßnahmen, die das Arbeiten effizienter, oft auch ergonomischer gestalten.

Die Seeberger Ideenwerkstatt (SIW)

Unter dem Motto »Visionen werden Wirklichkeit« setzt die SIW Ideen von Mitarbeitern um, die Verschwendungen vermeiden und Arbeitsplätze dahingehend optimieren.

Zahlen und Fakten	2016 - 13 SIW Manager, 44 Projekte	2017 - 40 SIW Manager, 64 Projekte
Projektbeispiele	Der Austausch von Beutelstaubsauger gegen Aufsatzstaubsauger für die Säuberung der Kaffeemühle setzt den Verbrauch von Beuteln und Entsorgungskosten auf Null. Der abgesaugte Kaffee wandert direkt in die schwarze Tonne und kann ggf. zum Beispiel als Düngemittel weiterverwendet werden.	Durch eine einfache Kürzung eines Füllrohrs wird das Verkleben von Rohwaren verhindert. Entsprechender Stillstand für die Reinigung der Maschine und Verlust von Rohware wird künftig vermieden.

Interview mit Tobias Pleil

Teamleiter Einkauf Verpackung



Was muss eine Seeberger-Verpackung leisten?

Grundsätzlich muss die Verpackung das Produkt optimal schützen. Aber, sie soll auch seine Qualität repräsentieren und es verkaufen. Wir haben also hohe Ansprüche an die Wertigkeit, die Einsatzfähigkeit des Materials und an eine ansprechende Gestaltung. Auch unsere Kunden in Handel und Gastronomie erwarten das. Außerdem müssen Produkte so verpackt werden, dass die Arbeitsabläufe beim Kunden erleichtert werden. Das gilt zum Beispiel für das Auspacken der Lieferpaletten, die Regalbestückung im Markt - alles soll schnell und einfach funktionieren und optimale Auslastung bieten.

Wie kommt Nachhaltigkeit in die Seeberger Verpackung?

Beste Produktschutz und hochwertige Qualität sind richtungweisende Maßstäbe unserer Verpackungen. Doch auch Nachhaltigkeit ist uns wichtig. Das ist nicht immer einfach: Finden wir beispielsweise nachhaltiges Verpackungsmaterial, das auch diese Anforderungen wirklich erfüllt? Da sind unsere Verpackungslieferanten die Experten. Nach Möglichkeit wählen wir Lieferanten aus der Region, so dass lange Transportwege entfallen. Überwiegend arbeiten wir mit familiengeführten Unternehmen, da ist die Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Gemeinsam suchen wir nach praktikablen und zeitgemäßen Lösungen für unsere Verpackungen.

Welche Trends und Ideen dazu sind aus Ihrer Sicht von Bedeutung?

Endliche Rohstoffe und Kunststoffmüll in den Weltmeeren sind Themen, die auch uns beschäftigen. Bei Verpackungslösungen beobachten wir zwei Trends: Folie aus Recyclingmaterial oder biologisch abbaubare Verpackungen. Hier ist für uns entscheidend, dass diese sicher sind und sich im Produktionsprozess gut einsetzen lassen. Läuft zum Beispiel das Material störungsfrei auf den Packmaschinen, lässt es sich gut bedrucken, wie wirken hochtransparente Folien? Daran arbeiten wir tagtäglich. Oft sind es auch kleine Modernisierungen, die Auswirkung auf Nachhaltigkeit haben, zum Beispiel der Warenvorschub im Verkaufsregal. Er sorgt dafür, dass keine Verpackung in der Regaltiefe vergessen wird. Es entsteht weniger Lebensmittelabfall. Fortschritte, kleine oder große, zu mehr Nachhaltigkeit beobachten wir genau und folgen diesen, wo immer es uns möglich ist.

Mehr Nachhaltigkeit für die Verpackung

Innen Bio – außen nachhaltig: Kooperation Seeberger und samova Tee

Seit April 2017 kooperiert Seeberger mit einem neuen Teepartner für die Gastronomie, Hotellerie und den Office-Bereich. Moderner Tee-Lifestyle mit nachhaltigem Konzept: Das Hamburger Familienunternehmen samova legt Wert auf nachwachsende und recycelbare Rohstoffe für die Verpackung. Wo die Zutatenliste es zulässt, sind die Tees biozertifiziert. Für die Umverpackung von Teebeuteln wird beispielsweise NatureFlex™-Folie verwendet. NatureFlex™ ist ein Verpackungsfilm aus nachhaltig produzierter Holzfasern. Er ist gartenkompostierbar und baut sich in etwa sechs Wochen auf dem Kompost ab.



In Ehren haltbar - Verpackungs-Relaunch ohne Verpackungsabfall

Ansprechende, zeitgemäße Verpackungen sind wichtig für uns – Nachhaltigkeit aber auch. Oft bleiben bei einem Verpackungs-Relaunch Reste von der bisherigen Verpackungsfolie übrig. Auch wenn es dadurch zu einem kurzfristigen Bruch im Erscheinungsbild am Point Of Sale kommt, verpacken wir das Produkt in der noch verbleibenden Folie, bis sie aufgebraucht ist.



Verpackung alt

Verpackung neu

Handlungsfeld Effizienz (SDG)

Industrie, Innovation und Infrastruktur

SDG 9.4 Bis 2030 die Infrastruktur modernisieren und die Industrien nachrüsten, um sie nachhaltig zu machen, mit effizienterem Ressourceneinsatz und unter vermehrter Nutzung sauberer und umweltverträglicher Technologien und Industrieprozesse, wobei alle Länder Maßnahmen entsprechend ihren jeweiligen Kapazitäten ergreifen

Die »Seeberger Energiescouts« entwickeln 2017 den Seeberger Motor Effizienz Rechner, eine Software, die hilft, Motoren energieeffizient einzusetzen und zu beschaffen.



Modernisierung und Innovation

- Energieeffizientes Hochregallager
- Neue Kälteanlagen
- Projekte: Ideenwerkstatt / Gemba-Manager
- Umweltschonende Transportlogistik
- klimaneutraler Paketversand mit DHL-Go Green

Bei der Planung und Umsetzung von Neubauten wird auf Energieeffizienz geachtet: Heizung, Kühlung, Dämmung, Geräte- und Materialauswahl.



Nachhaltiger Konsum und Produktion

SDG 12.2 Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen

Digitalisierung im Paketversand spart wöchentlich bis zu 100 Seiten.

SDG 12.3 Bis 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverlusten verringern

SDG 12.4 Bis 2020 einen umweltverträglichen Umgang mit Chemikalien und allen Abfällen während ihres gesamten Lebenszyklus in Übereinstimmung mit den vereinbarten internationalen Rahmenregelungen erreichen und ihre Freisetzung in Luft, Wasser und Boden erheblich verringern, um ihre nachteiligen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken

SDG 12.5 Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern



Ressourcen und Rohstoffe schonen

- Endverbraucher: Mindesthaltbarkeitsangaben, Verpackungsgrößen, Verbrauchsangaben /-tipps
- Food-Waste-Projekt (Optimierung in den Produktionsprozessen um Lebensmittelabfälle weiter zu reduzieren)
- Vermeidung: Papiereinsparung
- Recycling / Mülltrennung: Konzept einer einheitlichen Entsorgungsstruktur (Abfallbehälter, Farbsysteme)

Seeberger Food-Waste Projekt: Maßnahmen gegen Lebensmittelabfälle im Produktionsprozess. Auch wenn sich daraus kein direkter wirtschaftlicher Nutzen ergibt, ist dieses Projekt ein wichtiges Signal, wie sehr wir Lebensmittel wertschätzen und ihre Verschwendung nicht hinnehmen.



Unsere Ziele im Handlungsfeld Effizienz

Wir identifizieren fortlaufend Effizienzpotentiale um Schritt für Schritt Ressourcen einzusparen. Unsere Mitarbeiter fördern und motivieren wir, uns dahingehend zu unterstützen.

Bis
2019

Weiterbildung

Fortführung des Azubi-Projekts »Energie-Scouts« mit der Industrie- und Handelskammer in Ulm.

Stromverbrauch

Verbesserung der Datenqualität durch den Einbau von Stromzählern in den einzelnen Bereichen.

Bis
2019

Verlust von Lebensmitteln

Ausbau unseres »Food-Waste«-Projekts um Lebensmittelabfälle zu reduzieren.

Bis
2020

Recycling

Abfälle, die am Standort anfallen, besser sortieren und recyceln mit Beachtung des Bereichs Rohwarenverpackung.

Bis
2021

Nachhaltige Verpackungen

Wir suchen systematisch - von der Produktverpackung, Umverpackung bis zur Kartonage - nach alternativem Verpackungsmaterial und prüfen seine Einsatzmöglichkeiten.

Handlungsfeld Nachhaltigkeitswissen

Wir setzen auf Wissen, Engagement und Vertrauen

Wir sind uns bewusst, dass Verbraucher eine nachhaltige Produktion von Lebensmitteln beobachten und einfordern. Das Gelingen von Nachhaltigkeit bei Seeberger hängt davon ab, dass wir gemeinsam engagiert daran arbeiten. Dafür sind aus unserer Sicht zwei Dinge entscheidend: Zum einen das Wissen darüber, wie wir unsere Produktionsprozesse effizient und ressourcenschonend gestalten. Zum anderen die Gewissheit, dass jeder Mitarbeiter die Möglichkeit hat, darauf auch Einfluss zu nehmen.

Bausteine Nachhaltigkeitswissen

Bedeutung zeigen

Wir zeigen, dass nachhaltiges Handeln im Unternehmen erwünscht und möglich ist. Unsere Projekte und Fortschritte dokumentieren wir in unserem Nachhaltigkeitsbericht, in unserer Mitarbeiterzeitschrift »Seeberger aktuell« und in unserer Klimabilanz. Die Bereitschaft, das Wissen und die Impulse für mehr Nachhaltigkeit kommen von Führungskräften und Mitarbeitern aus allen Bereichen. Und wir bleiben dran: Auf Basis der Ergebnisse unserer Bilanzen, Berichte und Umfragen definieren wir neue Handlungsfelder und Ziele für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Alle einbeziehen

Mit Umfragen zu Nachhaltigkeit bei Mitarbeitern in Ulm und bei unseren Lieferanten im Ursprung machen wir deutlich, wie wichtig uns Nachhaltigkeit ist. Das gilt auch für Einzelthemen: So zeigt zum Beispiel eine Umfrage zu Mitarbeiter-Mobilität, dass eine deutliche Mehrheit der Teilnehmer es sinnvoll findet, dass wir uns mit alternativen Konzepten für den Weg zum Arbeitsplatz auseinandersetzen. Entsprechende Maßnahmen wie JobRad und eine App für die Bildung von Fahrgemeinschaften haben wir direkt umgesetzt.

Aus- und weiterbilden

In Projekten mit der Universität Ulm und der IHK Ulm sowie in diversen Azubi-Projekten setzen wir soziale und ökologische Nachhaltigkeit um. Unsere Mitarbeiter-Initiativen, die Seeberger Ideenwerkstatt und die NaturWelt-Botschafter realisieren jedes Jahr zahlreiche Projekte aus dem Arbeitsalltag für mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen.



Einmal im Jahr engagieren sich die Auszubildenden von Seeberger an einem nachhaltigen Projekt. Mit den NaturWelt-Botschaftern bekommen wir Einblicke in soziale oder ökologische Bereiche. Das ist eine schöne Abwechslung zur alltäglichen Arbeit: So waren wir Teil von Projekten wie der Grimmelfinger Kita, im Ulmer Tafelladen und einer Müllsammelaktion.

Natalie Schaible, Auszubildende

Handlungsfeld Nachhaltigkeitswissen (SDG)



Nachhaltiger Konsum und Produktion

SDG 12.6 Die Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen

SDG 12.8 Bis 2030 sicherstellen, dass die Menschen überall über einschlägige Informationen und das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung und eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur verfügen



« Soziales und ökologisches Engagement ist Programm: Unsere Azubis unterstützen die Ulmer Tafel oder organisieren Müllsammel-Aktionen.



- Nachhaltigkeitsberichterstattung seit 2013
- Kunden- und Mitarbeitermagazine
- Neue Mitarbeiter: Nachhaltigkeit ist Thema bei Welcome-Day und in Mitarbeitermappe
- Praxis-Projekte mit Universität Ulm und IHK Ulm, Private Stiftung »Sternschnuppen für Kinder« www.sternschnuppenfuerkinder.de

Die Stiftung unterstützt unter anderem Kleinbauernfamilien in Guatemala bei der ländlichen Entwicklung und bei Anbau- und Bewirtschaftungsmethoden. Sie erfahren zum Beispiel, wie sie mit dem Anbau mehrerer Produkte ihr Einkommen besser absichern.



Maßnahmen zum Klimaschutz

SDG 13.3 Die Aufklärung und Sensibilisierung sowie die personellen und institutionellen Kapazitäten im Bereich der Abschwächung des Klimawandels, der Klimaanpassung, der Reduzierung der Klimaauswirkungen sowie der Frühwarnung verbessern.



- Klimaschutzstrategie
- Mit dem Rad zur Arbeit
- Kostenfreier ÖPNV
- Energiescouts

Unsere Ziele im Handlungsfeld Nachhaltigkeitswissen

Wissen über und Bedeutung von Nachhaltigkeit fördern: Wir wertschätzen und unterstützen Projekte und Initiativen zur Nachhaltigkeit in unseren Betriebsbereichen. Dafür stellen wir Zeit und Mittel zur Verfügung.



Die Stiftung

Sternschnuppen für Kinder

Im Geschäftsalltag stoßen wir auf Probleme im Ursprung, die über unsere Geschäftstätigkeit nicht komplett gelöst werden können. Dennoch wollen wir vor Ort etwas tun. Aus diesem Grund haben Geschäftsführer Clemens Keller und seine Frau Alexandra Keller die Stiftung »Sternschnuppen für Kinder« gegründet. Die private und unabhängige Stiftung hilft in Not geratenen Kindern und Jugendlichen in Herkunftsländern unserer Produkte nachhaltig. Gezielte Hilfe zur Selbsthilfe und finanzielle Unterstützung ermöglicht den Menschen vor Ort, sich aus eigener Kraft dauerhaft bessere Lebensbedingungen zu schaffen. Dies gilt im Besonderen für die Bereiche Landwirtschaft und Ernährung. In den Einsatzländern arbeitet die Stiftung mit erfahrenen Projektpartnern. Vor Ort muss die Einbindung der lokalen Organisationen und Institutionen sichergestellt sein. Erfolgreiche Projekte können so auch nach ihrem Abschluss von Dorfgemeinschaften weitergeführt werden.



STIFTUNG
STERNSCHNUPPEN FÜR KINDER

Die Sternschnuppen Projekte

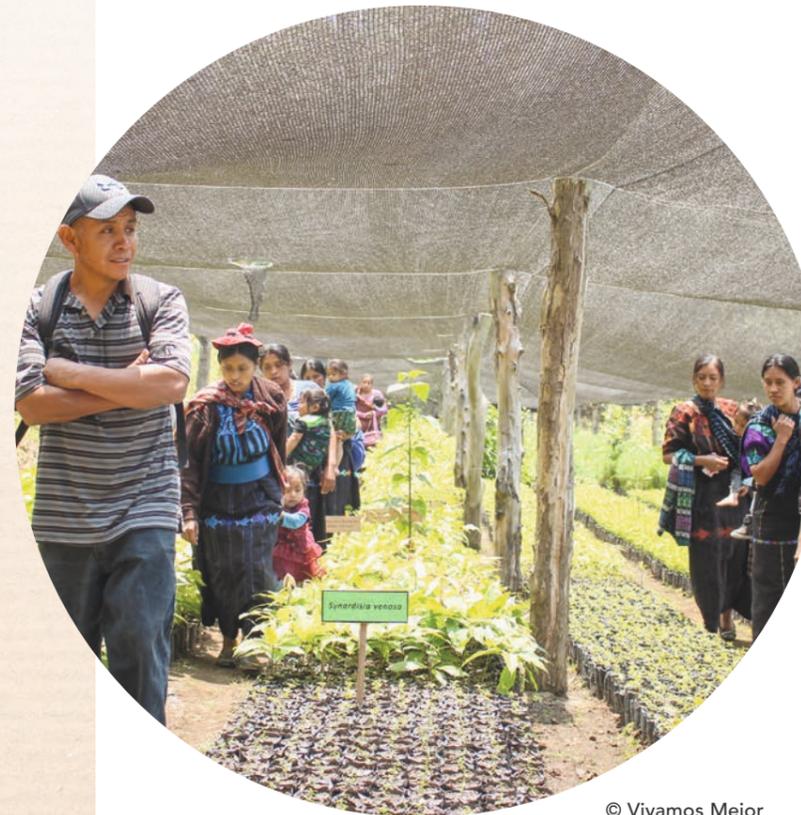
GUATEMALA

Zukunft der Maya Kinder - Bildung und Schulung

Noch heute gehört ein Großteil der ländlichen Bevölkerung in Guatemala der Maya-Kultur an. Über 70 % der Menschen leben im Atitlán-Hochland in Armut. Bildung ist für die Maya-Kinder schwer zugänglich, der Unterricht findet in Spanisch statt – für sie eine Fremdsprache. In 16 Gemeinden bereitet unsere Vorschulförderung in zweisprachigen Kindergärten die Kinder gezielt auf die Anforderungen der Schule vor. Ziel ist, den Kindern die nötigen Fähigkeiten und Kompetenzen zu vermitteln, damit sie später erfolgreich ihre Schulkarriere zu Ende bringen. Eltern werden geschult, den Betrieb der Kindergärten konkret zu unterstützen.



© Vivamos Mejor



© Vivamos Mejor

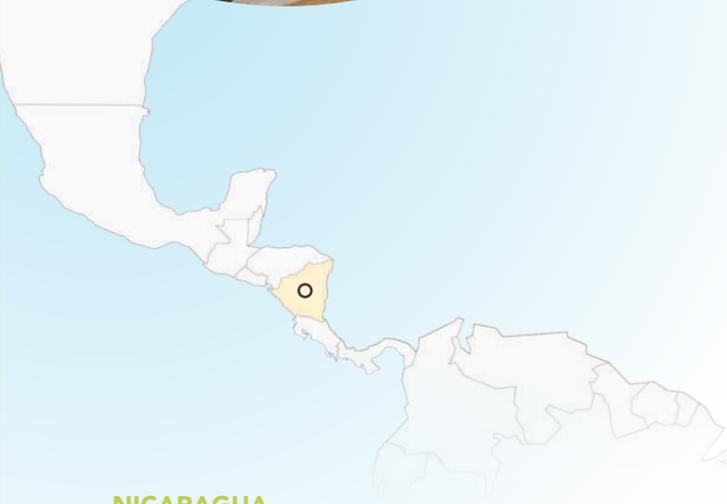
Feldschule für Kleinbauern

Die meisten Bauern im guatemaltekischen Hochland haben nur eine kleine Fläche zur Verfügung und konzentrieren sich deshalb auf nur ein Anbauprodukt. Wenn es ihnen nicht gelingt, von diesem einen Nahrungsmittel genug und in ausreichend guter Qualität anzubauen, müssen die Familien hart um ihr Überleben kämpfen. Mit unserem Projekt errichten wir eine Feldschule für den Anbau von Mischkulturen, alternativen Anbaumethoden und sparsamen Bewässerungstechniken. Aufklärung über Strukturen und Gremien vor Ort, hilft fachlichen Austausch und koordinierte Zusammenarbeit untereinander sowie mit den Behörden zu fördern.



© Vivamos Mejor

Ausgewogene Ernährung für Maya Kinder
Über 65 % der Kleinkinder der indigenen Bevölkerung Guatemalas leiden an chronischer Mangelernährung. Das Wissen über gesunde Ernährung und Hygiene ist unter den Müttern wenig verbreitet. Wir helfen Maisfelder nachhaltiger zu bewirtschaften, sensibilisieren für gesunde Ernährung und bessere Hygiene. Außerdem unterstützen wir vertrauensbildende Maßnahmen und die Zusammenarbeit mit lokalen Gesundheitszentren, die aufgrund kultureller Hürden oft nicht in Anspruch genommen werden.



NICARAGUA

Schule in Nicaragua

In der ländlichen Region von Nicaragua gehen viele Kinder nicht in die Schule. Das Budget der Gemeinden ist beschränkt, das Ausbildungsniveau und die Bezahlung der Lehrer niedrig. Da die Eltern selbst kaum zur Schule gegangen sind, werden Kinder kaum gefördert. Außerdem müssen sie oft zum Einkommen der Familien beitragen. Unser Projekt unterstützt mit gezielter Frühförderung im Kindergarten und hilft mit Aufklärung familiäre sowie Strukturen in der Gemeinde aufzubauen, die kindliche Bildung und Förderung zulassen und wertschätzen.

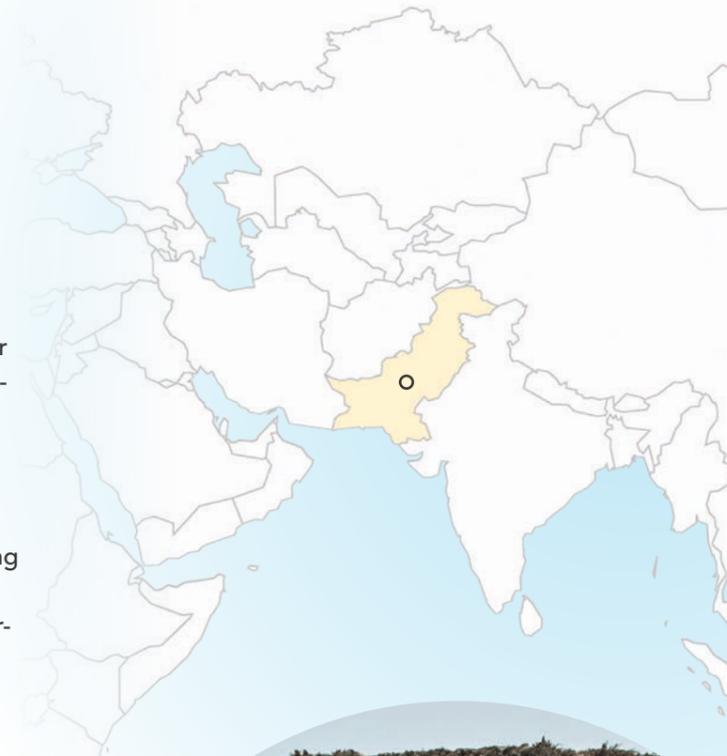


© Vivamos Mejor

PAKISTAN

Gezielte Hilfe und besserer Schutz vor Naturkatastrophen

Wegen der Folgen des Klimawandels und einer falschen Bewirtschaftung sind die Menschen des Bezirkes Rajanpur in der Mitte des Landes immer wieder Naturkatastrophen, wie starkem Monsunregen und Überschwemmungen, ausgesetzt. Hinzu kommen die Armut, fehlende Bildung und eine unzureichende Gesundheitsversorgung. Durch strukturelle Maßnahmen zur Trinkwasserversorgung, Bewässerung und Saatgutversorgung sowie Aufklärung und Weiterbildung werden die 40 Dorfgemeinschaften im Distrikt Jampur widerstandsfähiger bei Katastrophen und erreichen eine signifikante Verbesserung ihrer Lebensgrundlagen.



© Thomas Grabka



© Thomas Grabka

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

GRI-INDEX

GRI-Nr.	GRI-Kurzbeschreibung	Seite	Inhalt, Hinweise und Ergänzungen
Allgemeine Standardangaben			
Strategie und Anlyse			
G4-1	Erklärung der höchsten Entscheidungsträger der Organisation über den Stellenwert der Nachhaltigkeit für die Organisation und die Strategie der Organisation im Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit	S. 3	
Organisationsprofil			
G4-3	Name der Organisation		Seeberger GmbH
G4-4	Wichtigste Märkte, Produkte und Dienstleistungen	S. 7	2016 neues Sortiment Müsliglück: Müsli, Porridge und Müsliriegel
G4-5	Hauptsitz der Organisation		Hans-Lorenser-Straße 36, 89079 Ulm
G4-6	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist		Hauptsitz in Deutschland, Vertriebsbüros in China (Shanghai), Frankreich (Paris) und im Baltikum (Riga) Seit 2016: Office Coffee Solutions in Willich
G4-7	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		Die Seeberger Familien KG ist die 100%ige Eigentümerin der Seeberger GmbH
G4-8	Belieferte Märkte einschließlich geografischer Aufschlüsselung sowie belieferte Branchen	S. 6	Übersicht Absatzmärkte
G4-9	Größe der Organisation	S. 11	Gesamtzahl der Beschäftigten, Umsatzerlöse Gesamtzahl der Geschäftsstandorte: Hauptgeschäftsstandort: Hans-Lorenser-Str. 36, Ulm Tochterfirma: Seeberger Office Solutions, Willich
G4-10	Beschäftigungsprofil	S. 38	keine Angaben zur Gesamtkapitalisierung
G4-11	Prozentsatz aller Arbeitnehmer, die unter Kollektivvereinbarungen fallen		Alle Mitarbeiter der Seeberger GmbH unterliegen Kollektivvereinbarungen
G4-12	Beschreibung der Lieferkette	S. 18/19	
G4-13	Wichtige Veränderungen während des Berichtszeitraums bezüglich der Größe, Struktur und Eigentumsverhältnisse der Organisation oder ihrer Lieferkette		Neues Büro Office Coffee Solutions am Standort Willich
G4-14	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	S. 10	
G4-15	Externe Chartas, Prinzipien oder andere Initiativen, die von der Organisation befürwortet oder unterstützt werden		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.
G4-16	Mitgliedschaften in Verbänden und nationalen oder internationalen Interessensverbänden		Wichtige Mitgliedschaften, bei denen die Seeberger GmbH auf Führungsebene eine Position inne hat, an Projekten oder Arbeitsgruppen teilnimmt oder die Mitgliedschaft als strategisch betrachtet: <ul style="list-style-type: none"> • Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V. • Industrie- und Handelskammer Ulm • Fördergemeinschaft Baden-Württemberg Senat der Wirtschaft • Senat der Wirtschaft (bis 2016) • Waren-Verein der Hamburger Börse • SA2 GS1 Germany • FMIG Food made in Germany • Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. • ASU - die Familienunternehmen • Bundesverband Mitarbeiterbeteiligung - AGP • BDSI Bundesverband der deutschen Süßwarenindustrie e.V. und German Sweets
Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen			
G4-17	Unternehmen im konsolidierten Jahresabschluss		nicht vorhanden
G4-18	Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte und Grenzen		siehe Bericht 2013 Zusätzlicher Workshop zum Abgleich unserer Nachhaltigkeitsthemen mit den für Seeberger relevanten Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen
G4-19	Liste der wesentlichen Aspekte		siehe Bericht 2013
G4-20	Abgrenzung der wesentlichen Aspekte innerhalb der Organisation		siehe Bericht 2013
G4-21	Abgrenzung der wesentlichen Aspekte außerhalb der Organisation		siehe Bericht 2013
G4-22	Neudarstellung in der Berichterstattung	S. 14 ff	Orientierung an den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen
G4-23	Änderungen im Umfang und der Abgrenzung der Aspekte	S. 14 ff	Orientierung an den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen
Einbindung von Stakeholdern			
G4-24	Liste der eingebundenen Stakeholder	S. 12 ff	
G4-25	Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder, die eingebunden werden sollen		Die Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder hat sich nicht verändert. Sie ist im Nachhaltigkeitsbericht 2013 beschrieben.
G4-26	Ansatz für die Einbindung der Stakeholder		siehe Bericht 2013
G4-27	Themen und Anliegen der Stakeholder		keine wesentlichen Veränderungen
Berichtsprofil			
G4-28	Berichtszeitraum		01.01.2016 bis zum 31.12.2017
G4-29	Datum der Veröffentlichung des letzten Berichts		01.05.2016
G4-30	Berichtszyklus		2-jährig
G4-31	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	S. 54	
G4-32	Gewählte »In Übereinstimmung«-Option, GRI-Index		Der Seeberger Nachhaltigkeitsbericht 2016/17 wurde in Übereinstimmung mit den Vorgaben der GRI-G4-»Kern«-Option erstellt. Dieser Index zeigt, wo im Bericht die von GRI geforderten Angaben gemacht werden.
G4-33	Strategie und gegenwärtige Praktiken der Organisation hinsichtlich einer externen Prüfung des Berichts		Eine externe Prüfung durch unabhängige Dritte wurde für diesen Bericht nicht durchgeführt.
Seit 2015 ist Nachhaltigkeit in den Unternehmenszielen verankert			
G4-34	Führungsstruktur der Organisation		2 Geschäftsführer (Ralph Beranek: verantwortlich für das Warengeschäft, Clemens Keller: verantwortlich für Produktion und Verwaltung) Führungskreis 1 (Zusammensetzung: Leiter der Bereiche Einkauf, Verkauf Trockenfrucht national, Verkauf Trockenfrucht international, Verkauf Kaffee, Marketing Trockenfrucht, Marketing Kaffee, Finanzen, Betrieb, QS, Personal) Seit 2015 ist Nachhaltigkeit in den Unternehmenszielen verankert.
Ethik und Integrität			
G4-56	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen der Organisation	S. 10 ff	

Wesentliche Themen (Aspekte)	GRI-Nr.	GRI-Kurzbeschreibung	Seite	Hinweise und Ergänzungen
Angaben zum Managementansatz				
	G4-DMA	Allgemeine Angaben zum Managementansatz	S. 10 ff	
Spezifische Standardangaben				
Kategorie Wirtschaftlich				
Wirtschaftliche Leistung	G4-EC2	Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen für die Aktivitäten der Organisation	S. 32 ff	
Marktpräsenz	G4-EC6	Anteil lokal angeworbener Führungskräfte		2016: 60 % 2017: 60 %
Beschaffung	G4-EC9	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten		Produktbedingt sind Trockenfrüchte, Nüsse und Kaffee nicht lokal zu beziehen. Materialien wie Verpackung etc. jedoch schon; Materialeinkauf: 65 % (2016: 58 %) des Umsatzes aus D; 45 % (2016: 40 %) unter 100 km Umkreis, 76 % (2016: 77 % unter 200 km), 77 % (2016: 78%) unter 400 km, Rest unter 727 km; Food-Einkauf: 18 % des Umsatzes aus der EU.
Kategorie Ökologisch				
Materialien	G4-EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen		kein Datenmaterial vorhanden
Energie	G4-EN3 - G4-EN7	Energieverbrauch und Reduktionspotential	S. 33	
Wasser	G4-EN8	Gesamtwasserentnahme nach Quelle		Gesamtvolumen der Wasserentnahme: 100 % aus der Stadtwasserleitung
	G4-EN9	Durch die Wassernentnahme wesentlich beeinträchtigte Wasserquellen		keine Fremdwasserentnahme
	G4-EN10	Prozentsatz und Gesamtvolumen des aufbereiteten und wiederverwerteten Wassers		keine Wasseraufbereitung oder Grauwassernutzung
Biodiversität	G4-EN11 - G4-EN14	Biodiversität	S. 29	
Emissionen	G4-EN15	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S. 33	
	G4-EN16	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	S. 33	
	G4-EN17	Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	S. 33	
	G4-EN18	Intensität der THG-Emissionen	S. 33	
	G4-EN19	Reduzierung der THG-Emissionen	S. 33	
Compliance	G4-EN29	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften		keine
Transport	G4-EN30	Ökologische Auswirkungen durch Transporte von Gütern und Belegschaft	S. 33	
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte	G4-EN32	Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	S. 25	
Kategorie Gesellschaftlich				
Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung				
Beschäftigung	G4-LA1	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region	S. 38	
	G4-LA2	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten, nicht aber Mitarbeitern mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten gewährt werden		Betriebliche Leistungen werden allen Mitarbeitern gewährt, unabhängig vom Arbeitsvertrag
Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis	G4-LA4	Mindestmitteilungspflichten von betrieblichen Veränderungen		Nach Bedarf gemäß Betriebsverfassungsgesetz
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	G4-LA5	Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, die in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten ist, die die Überwachung von Programmen zur Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unterstützen		ASA Arbeitssicherheitsausschuss bestehend aus 13 (2016) bzw. 15 (2017) Personen aus den Bereichen Betriebsrat, Technikleitung, Betriebsleitung, Leitung Haustechnik, interne Sicherheitsbeauftragte, externe Sicherheitsfachkraft, Betriebsärztin)
Aus- und Weiterbildung	G4-LA9	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	S. 38	
Vielfalt und Chancengleichheit	G4-LA12	Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren	S. 38	
Gleicher Lohn für Frauen und Männer	G4-LA13	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern nach Mitarbeiterkategorie		Für die Höhe des Grundgehalts und übertariflicher Zulagen sind die Mitarbeiterkategorie, Aufgabentätigkeit und Anzahl der Berufsjahre ausschlaggebend. Frauen und Männer werden gleich behandelt.
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken	G4-LA14	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden		Selbstverpflichtung der Lieferanten: Seeberger Nachhaltigkeitsleitlinien. > www.seeberger.de/de/unternehmen/verantwortung-kopie-1/1-nachhaltigkeitsleitlinien.html
Menschenrechte				
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechte	G4-HR10	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	S. 25	
Streiks	FP3	Prozentsatz ausgefallener Arbeitsstunden aufgrund von Streiks		Es fanden keine Streiks statt.
Gesellschaft				
Korruptionsbekämpfung	G4-SO3	Gesamtzahl der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden und erhebliche Risiken	S. 40	
	G4-SO4	Informationen und Schulungen über Leitlinie und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	S. 40	
	G4-SO5	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen		keine
Politik	G4-SO6	Gesamtwert der politischen Spenden, dargestellt nach Land und Empfänger/Begünstigtem		keine
Wettbewerbswidriges Verhalten	G4-SO7	Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse		keine
Compliance	G4-SO8	Monetärer Wert signifikanter Bussgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften		keine
Produktverantwortung				
Kundengesundheit- und Sicherheit	G4-PR1	Prozentsatz der massgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln		100 %: Alle Produkte unterliegen den hohen Seeberger-Qualitäts-sicherungsanforderungen
Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	G4-PR3	Art der Produkt- und Dienstleistungsinformationen, die durch die Verfahren der Organisation für Informationen über und Kennzeichnung von Produkten erforderlich sind, sowie Prozentsatz der massgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, die solchen Informationspflichten unterliegen.		100 %
Marketing	G4-PR6	Verkauf verbotener oder umstrittener Produkte		Keine. Seit 2015 Verzicht auf die Verwendung von Palmöl (außer bei Mikrowellen-Popcorn. Alternative Öle werden aktuell getestet).
Schutz der Kundendaten	G4-PR8	Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre des Kunden und die Verletzung des Datenschutzes		keine
Compliance	G4-PR9	Geldwert der erheblichen Bussgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen		keine Verstöße, keine Bußgelder
Kundengesundheit- und Sicherheit	FP 5	Prozentsatz der massgeblichen Produktkategorien, die von unabhängigen Dritten gemäß international anerkannten Standards zur Lebensmittelsicherheit zertifiziert sind	S. 10	
Kundengesundheit- und Sicherheit	FP 6	Prozentsatz der gesamten Absatzmenge von Produkten mit reduziertem Gehalt an gesättigten Fettsäuren, Transfettsäuren, Salz und zugefügtem Zucker		keine Relevanz, da Naturprodukte
Kundengesundheit- und Sicherheit	FP 7	Prozentsatz der gesamten Absatzmenge von Produkten mit zugesetzten Inhaltsstoffen, wie Ballaststoffe, Vitamine, Mineralstoffe, sekundäre Pflanzenstoffe oder sonstige Functional Food-Zusätze		keine Relevanz, da Naturprodukte

KONTAKT UND IMPRESSUM



Verena Schädler

Nachhaltigkeitsbeauftragte

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

naturwelt@seeberger.de

Herausgeber

Seeberger GmbH

Hans-Lorensen-Straße 36

89079 Ulm

Telefon +49 (0)731 4093 - 0

Telefax +49 (0)731 4093 - 66 5000

Email: info@seeberger.de

www.seeberger.de

Redaktion

Verena Schädler, Joachim Mann,

Sabine Jörg, Bettina Stein

Layout

Markenwirt GmbH, Bamberg



grasspaper 

-50%
CO₂

-65%
WATER

-30%
ENERGY

-65%
CHEMICALS

*Approximated values based on industrial production indices

