

Seeberger Nachhaltigkeitsbericht 2022/2023





Inhalt

Vorwort	4
Über uns	6
Die vier Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie	10
 Kreislaufwirtschaft	12
 Lieferkettenverantwortung	22
 Klimaschutz	32
 Gemeinschaft	42
GRI-Index	56
Kontakt & Impressum	58

»Weil wir an das glauben, was wir tun.«

Liebe Leserin und lieber Leser,

alle zwei Jahre ist unser Nachhaltigkeitsbericht die Gelegenheit für uns, genau hinzuschauen: Was haben wir mit unserer Arbeit erreicht? Wir sammeln Ergebnisse, Zahlen und wirkungsvolle Beispiele aber auch solche, bei denen wir noch Kompromisse eingehen mussten und müssen. Eines wird immer deutlich: Nachhaltigkeit bewegt uns alle. Sie ist Ambition, Motivation und Anstrengung. Sie ist aber vor allem unentbehrlich für unser Unternehmen. Denn ob Pekannüsse aus den USA, Haselnüsse aus Italien, Mangos aus Ghana oder Kaffeebohnen aus El Salvador: Wir wollen, dass unsere herausragenden Naturprodukte im Ursprung noch über viele Generationen hinweg angebaut werden können.

„Nach 2022 war 2023 ein weiteres Krisenjahr für die globale Wirtschaft. Vor diesem Hintergrund können wir mit dem Ergebnis beider Geschäftsjahre zufrieden sein.“

Was ist in den zwei Jahren passiert? Kurz gesagt: Anhaltende Folgen der Corona-Pandemie, weltpolitische Verwerfungen, Konjunkturkrisen, Inflation, Kriege, Klimawandel. Die Auswirkungen auf unser Unternehmen sind hoch: Eine extrem angespannte Beschaffungslogistik, eingeschränkte Rohwarenverfügbarkeit, längere Lieferzeiten. Dass wir unter dem Seeberger-Dach dennoch erfolgreich waren, sogar wachsen konnten, verdanken wir vor allem unseren engagierten Seeberger Teams. Dafür bedanken wir uns ausdrücklich und von Herzen!

Schwerpunkte unserer Nachhaltigkeitsarbeit 2022 und 2023

Klimatische Veränderungen, zum Teil mit Extremwetterlagen, betreffen schon heute viele Herkunftsländer unserer Produkte. Dürren, Überschwemmungen, Ernteauffälle: Wie reagieren wir darauf und wo können wir Veränderungen bewirken? Die Vielzahl unserer Nachhaltigkeitsthemen und Maßnahmen konzentrieren wir in vier Handlungsfeldern. Über unsere Arbeit in diesen Bereichen berichten wir auf den folgenden Seiten.

„Unsere Lieferketten sind hochkomplex, gleichzeitig steigen die Ansprüche unserer Kunden.“

100 Prozent Transparenz: Das ist unsere Vision für das **Handlungsfeld Lieferkettenverantwortung**. Schon heute beziehen wir unsere Produkte weitgehend direkt von Landwirten im Ursprung. Dort erreichen wir also sehr hohe Transparenz. Im Berichtszeitraum haben wir weitere wichtige Direktkontakte zu Lieferanten aufgebaut. Auch unsere Transparenz- und Risikoanalysen sowie ein zunehmend differenziertes Lieferantenmonitoring bringen uns unserem Ziel immer näher. Zusätzliche Impulse haben wir aus den Vorgaben des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes aufgegriffen – an den im Gesetz genannten menschenrechtlichen und umweltbezogenen Sorgfaltspflichten arbeiten wir schon lange. Alle Informationen zu unserem Handlungsfeld Lieferkettenverantwortung finden Sie ab Seite 22.

„Auf dem Weg zur nachhaltigen Verpackung ist das Prinzip der Kreislaufwirtschaft unser Vorbild.“

„Wir wollen Kreisläufe schließen“ lautet die Vision für unser **Handlungsfeld Kreislaufwirtschaft**. Hier dreht sich nahezu alles um das Thema Verpackung. Weniger, recyclingfähiger, wiederverwendbar, das sind unsere Kernthemen. „No Food Waste“ ist unser zweiter Schwerpunkt in diesem Handlungsfeld.



Mit Lebensmittelabfällen unter einem Prozent in der Produktion sind wir schon richtig gut. Wie das Konzept „keine Lebensmittelverschwendung“ in unserer Seeberger Genusswelt gelebt wird, lesen Sie im Kapitel Kreislaufwirtschaft ab Seite 12.

„Die Veränderung des Klimas hat Auswirkungen auf den Anbau und die Ernte unserer Produkte weltweit.“

Seit 2013 bilanzieren wir die Emissionen an unserem Standort in Ulm. Ziel unserer Maßnahmen im **Handlungsfeld Klimaschutz** ist es, die Emissionen unserer geschäftlichen Aktivitäten maximal zu reduzieren. Mit unseren ersten Produktbilanzen arbeiten wir künftig an mehr Transparenz hinsichtlich Emissionen vom Ursprung bis in die Haushalte unserer Kundinnen und Kunden. Neben zahlreichen Energiesparmaßnahmen haben wir massiv in den Ausbau erneuerbarer Energie an unserem Standort investiert. Ein wichtiger Schritt, um unsere Klimaziele zu erreichen. Mehr zu diesen Themen sowie die Ergebnisse der aktuellen Klimabilanz finden Sie ab Seite 32.

„Eine intakte Natur mit umfangreicher Biodiversität ist die Grundlage unseres Geschäftsmodells. Unser Ziel ist es, Biodiversität in der Lieferkette zu fördern und zu schützen.“

Ein bisher weniger in der Öffentlichkeit bekanntes Thema ist für uns aber in den Vordergrund gerückt: **der Schutz der Biodiversität**. Betrachtet man die planetaren Belastungsgrenzen, sind sie hier bereits

überschritten. Intakte Ökosysteme sind unsere Existenzgrundlage. Die Nutzung landwirtschaftlicher Flächen hat hohe Auswirkungen auf ihre Biodiversität. Aus diesem Grund beteiligten wir uns zum Beispiel als Praxispartner am Forschungsprojekt „BioVal“. Mehr dazu lesen Sie auf Seite 29.

„Wertschätzung ist das Fundament unseres Miteinanders, sie ist unser Erfolgsrezept. Wir begegnen uns auf Augenhöhe und können aufeinander zählen.“

Unser **Handlungsfeld Gemeinschaft** umfasst alle Themen rund um unsere Seeberger Gemeinschaft. Sie ist das Fundament unseres Unternehmens. Unsere Vision für das Handlungsfeld lautet: „Wir wollen ein attraktiver und gefragter Partner sein.“ Dafür tun wir viel: Mit vielseitigen Benefits und einem festen Verständnis gemeinsamer Werte wollen wir Menschen, die mit uns arbeiten, respektieren und wertschätzen und weitere für uns gewinnen. Ab Seite 42 lesen Sie, wie wir bei Seeberger alle gemeinsam daran arbeiten. Weil wir an das glauben, was wir tun.

Wir freuen uns, wenn Sie mehr über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten erfahren wollen und wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen unseres Nachhaltigkeitsberichts.

Clemens Keller
Geschäftsführender
Gesellschafter

Ralph Beranek
Geschäftsführer

Raphael Steinberg
Geschäftsführer
Seeberger Professional GmbH

Gerald Lindinger-Pesendorfer
CFO

Über uns

Seeberger 



Seeberger 



„Gesunde, natürliche Snacks“

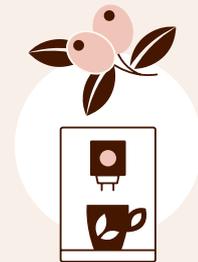
Seeberger 

GENUSS
WELT



„Hier hat Genuss ein Zuhause“

Seeberger 
PROFESSIONAL



„Wir sorgen nachhaltig für Genuss“

Das Familienunternehmen Seeberger

Seeberger ist heute die führende Marke für Nüsse und Trockenfrüchte. Unser vielfältiges Sortiment natürlicher Snacks ist im deutschen und internationalen Lebensmittelhandel erfolgreich. Unverwechselbar in ihre orangefarbene Hülle verpackt, sorgen sie bei vielen Menschen für die genussvolle, kleine Auszeit zwischendurch – und das selbstverständlich mit ebenso unverwechselbarer Qualität. Für professionelle Konzeptlösungen aus einer Hand steht die Seeberger Professional GmbH. Hier bieten wir Firmenkunden und Gastronomie moderne Maschinen- und Vendinglösungen für unser umfassendes Portfolio hochwertiger Snacks und Heißgetränke.

Dazu gehören natürlich auch unsere eigens gerösteten, aromatischen Seeberger Spitzenkaffees – schließlich ist Seeberger eine der ältesten Kaffeeröstereien Deutschlands. Seeberger live erleben, das kann man in der Seeberger Genusswelt an unserem Unternehmensstandort in Ulm. Unser Genussmarkt bietet das volle Seeberger Sortiment an Snacks, Nüssen und Trockenfrüchten und Zutaten sowie aromatischen Kaffeespezialitäten. Unsere Gäste empfangen wir in unserem modernen, gemütlichen Café und Restaurant, der Koch- und Baristaschule oder in unseren Tagungs- und Eventräumen. Info: www.seeberger-gruppe.de

Auf einen Blick: Seeberger in a nutshell

Seit 1844 –
180
 Jahre
 Firmengeschichte

Über
1.000
 Mitarbeitende

314
 Mio. €
 Umsatz
 im Geschäftsjahr 2023

Über
200
 Produkte

Über
60
 Herkunftsländer
 weltweit

67
 Exportländer
 weltweit

»Goldener
 Zuckerhut«
 2022



Seeberger
 Professional ist
 »ahgz Bestmarke
 2022«:
 Qualität & Image
 Platz 1,
 Service Platz 3



Top Marke
 2023
 Seeberger
 Studentenfutter



Audits und Zertifikate

In beiden Berichtsjahren 2022 & 2023

- IFS-Food Standard Zertifizierung (Version 7)
- Bio-Zertifizierung für ausgewählte Produkte aus den Produktkategorien Kaffee (GREEN Sortiment), Kakao, Tee, Trockenfrüchte, Nüsse, Getreide, Saaten, Magermilchpulver, Zucker, Sirup, Milch
- Fairtrade-Zertifizierung für Kaffee (GREEN Sortiment)

Sustainability Ratings

Auszeichnung mit Bronzemedaille 2023
 Ecovadis Nachhaltigkeitsranking



Stolzer Ausblick:
 Silbermedaille 2024



Richtlinien, Standards & Mitgliedschaften

UN Global Compact:

Die weltweite Nachhaltigkeitsleitlinie der Vereinten Nationen. Mit der Teilnahme am UN Global Compact unterstützt Seeberger seit 2015 die zehn universellen Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung.

ILO-Konventionen:

Internationale UN-Arbeits- und Sozialnormen für menschenwürdige Arbeit. Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen. In ihren Normen, im Besonderen den Kernarbeitsnormen, formuliert sie internationale Arbeits- und Sozialnormen für eine soziale und faire Gestaltung der Globalisierung und menschenwürdiger Arbeit als zentrale Voraussetzung, die Armut zu bekämpfen. Die ILO-Normen sind die Basis für unsere Seeberger-Einkaufsbedingungen.

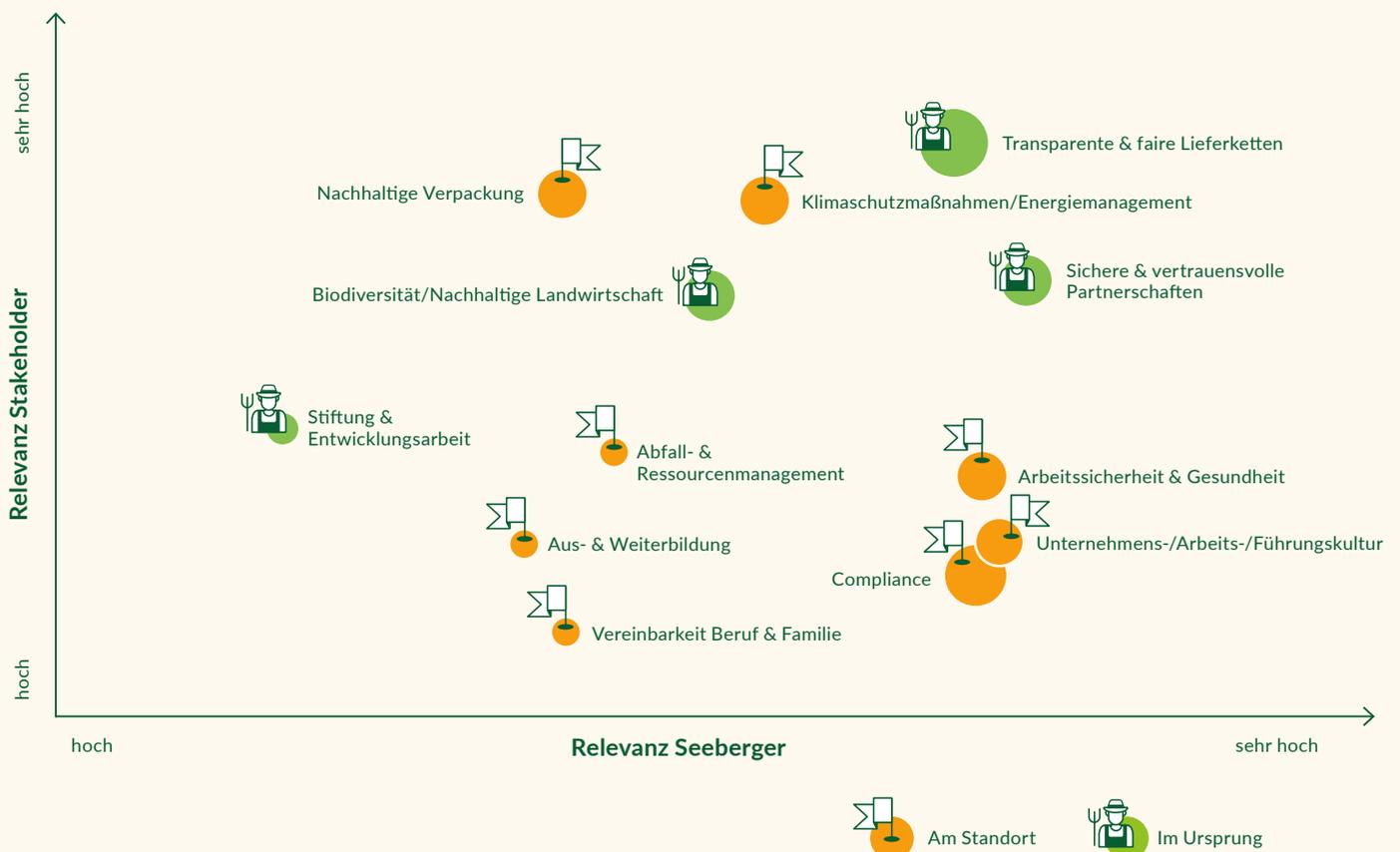
GRI Global Reporting Initiative (GRI):

Die GRI unterstützt weltweit Organisationen und Unternehmen bei ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung. Seit 2013 berichtet Seeberger auf Basis der GRI-Standards und Richtlinien (GRI Sustainability Guidelines).

UN Sustainability Goals (SDGs):

Die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinen Nationen sollen weltweit eine nachhaltige Entwicklung auf ökonomischer, ökologischer und sozialer Ebene sichern. Seeberger berichtet seit 2016/2017 auf Basis der UN-Nachhaltigkeitsziele.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie – Die Wesentlichkeitsmatrix 2022/2023



„Vor allem gemeinsam!“

Isabell Schäfer, Seeberger Nachhaltigkeitsbeauftragte

Als Ökotropologin bleibt Isabell Schäfer ihrer Begeisterung für die Lebensmittelwirtschaft bei Seeberger treu. Nach ihrem Masterstudium der Bioeconomy treibt sie unsere Nachhaltigkeitsthemen voran. Dafür ist sie bei Seeberger die zentrale Ansprechpartnerin.

Seit 2023 arbeite ich als Nachhaltigkeitsbeauftragte bei Seeberger. Was mich an meiner Arbeit begeistert, ist ihre enorme Vielseitigkeit. Besonders spannend finde ich die vielen Schnittstellen zu anderen Fachbereichen wie beispielsweise dem Einkauf, der Technik oder dem Produktmanagement. Das gibt mir die Möglichkeit, mit unterschiedlichen Teams aktiv an der Gestaltung einer nachhaltigeren Zukunft bei Seeberger mitzuwirken. Dafür die richtigen Lösungen und Ansätze zu finden und sie zu realisieren, ist ein Prozess. Daran arbeiten wir gemeinsam, denn nur so lassen sich Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten und langfristig verankern. Was mich dabei besonders inspiriert, sind die Geduld und die Hartnäckigkeit, mit der in unseren Bereichen kontinuierlich an nachhaltigen Arbeitsprozessen gearbeitet wird – auch dann, wenn es viel Zeit in Anspruch nimmt und mit Herausforderungen verbunden ist.

Unsere Themen: Sind vielfältig und herausfordernd

Meine Arbeit ist spannend und abwechslungsreich. Es gibt so viele Facetten, die miteinander verknüpft sind: von ökologischen Fragen, zu sozialen Themen bis hin zu Regulierungen wie dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) oder der bevorstehenden Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Kein Tag ist wie der andere, es kommen ständig neue Herausforderungen auf uns zu. Ideen für mehr Nachhaltigkeit sammeln wir überall. Wir prüfen Anforderungen, Vorschriften, Realisierbarkeit und setzen sie, wenn möglich, um. Wir messen und schärfen unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen, um ihre Ergebnisse laufend zu verbessern. Zum Beispiel im Bereich der erneuerbaren Energien: Hier haben wir an unserem Standort in Ulm große Fortschritte beim Ausbau der Photovoltaikanlagen gemacht. Auch unserem Ziel „100 Prozent recyclingfähige Verpackungen bis 2025“ sind wir deutlich nähergekommen. Eines meiner Highlights war unsere

Beteiligung am Forschungsprojekt „BioVal“ zum Thema Biodiversität. Der Erhalt der Biodiversität ist für die Lebensmittelwirtschaft von größter Bedeutung. Mit BioVal konnten wir relevante Ansätze zum Schutz der Biodiversität in unser Nachhaltigkeitsmanagement integrieren.

Unser Plan? Ist ambitioniert

Gleichzeitig erhöhen wir unsere Nachhaltigkeitsambitionen. Mit dem Beitritt zur Science Based Targets initiative (SBTi) bekennen wir uns zu wissenschaftsbasierten Klimaschutzzielen und intensivieren unser Engagement für den Klimaschutz. Aktuell konzentrieren wir uns außerdem auf die Vorbereitung der anspruchsvollen CSRD-Berichterstattung sowie die strategische Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Auch diese Schritte bringen viele neue Herausforderungen mit sich, denen wir gemeinsam entschlossen begegnen werden. Ich freue mich darauf!

CSRD? – Seeberger und die Corporate Sustainability Reporting Directive

Auf regulatorischer Ebene entwickeln sich die Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen weiter. Ab dem Geschäftsjahr 2025 werden wir gemäß der europäischen Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) berichten und unsere Berichterstattung entsprechend den neuen Anforderungen für das Jahr 2026 veröffentlichen. Diese Richtlinie ist Teil des europäischen Green Deals, mit dem die EU eine nachhaltige und klimaneutrale Wirtschaft anstrebt.

Die vier Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie



Kreislaufwirtschaft

Unsere Vision
Wir wollen Kreisläufe schließen

Unsere Strategie	→	Nachhaltige Verpackung	No Food Waste		
		Recyclingfähige Materialien einsetzen	Material reduzieren	Alternative Materialien einsetzen	Keine Lebensmittelverschwendung
Unsere Ziele bis 2025	→	<ul style="list-style-type: none"> 100 Prozent der Seeberger Verpackungen im Sortiment sind recyclingfähig 	<ul style="list-style-type: none"> Fossile Kunststoffe im gesamten Produktlebenszyklus um 20 Prozent reduzieren 	<ul style="list-style-type: none"> Alternative Verpackungsmaterialien ohne Gefährdung des Produktschutzes 	<ul style="list-style-type: none"> Lebensmittelabfälle im Produktionsprozess unter einem Prozent halten Potenzial zur Verringerung von Lebensmittelverschwendung in der Genusswelt erkennen und nutzen



Lieferkettenverantwortung

Unsere Vision
Wir wollen 100 Prozent Transparenz in der Lieferkette

Unsere Strategie	→	Transparenz sicherstellen	Verbindlichkeit schaffen	Partnerschaften ausbauen
		<ul style="list-style-type: none"> Einführung und jährliche Durchführung Transparenzanalyse Aufbau und jährliche Durchführung Risikoanalyse Einführung öffentliches Beschwerdesystem 	<ul style="list-style-type: none"> Überarbeitung und Aktualisierung der Einkaufsbedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl der Direktkontakte weiter erhöhen Wertschöpfung in den Ursprungsländern ausbauen
Unsere Ziele bis 2025	→			



Klimaschutz

Unsere Vision

Wir wollen mit wissenschaftsbasierten Reduktionszielen (SBTi) bis 2050 Net-Zero erreichen

Unsere Strategie



Emissionen messen

- Jährliche Erstellung einer Unternehmensklimabilanz
- Erstellen von drei exemplarischen Produktbilanzen

Emissionen reduzieren

- Neuausrichtung Klimastrategie auf wissenschaftsbasierte Reduktionsziele (SBTi) bis 2025

Unsere Ziele bis 2025



Gemeinschaft

Unsere Vision

Wir wollen ein attraktiver und gefragter Partner sein

Unsere Strategie



Verbindende Unternehmenskultur und -werte stärken

- Aufbau Projekt „EIN Seeberger“ zur Stärkung unseres Gemeinschaftsgefühls. Projektziel: Ausbau des Mitarbeitenden-Programms „Seeberger Family“ inkl. Mitarbeitenden-Beteiligungsmodell
- Aufbau einer einheitlichen Führungskultur
- Leistung fördern und fordern, um gemeinsam erfolgreich zu sein

Attraktive Arbeitswelten schaffen

- Erarbeiten und Verabschieden der Betriebsvereinbarung „Mobiles Arbeiten“
- Aufbau einer transparenten und motivierenden Gehaltsstruktur
- Aufbau Arbeitsgruppe „New Work“ zum Schwerpunktthema Vernetzung und Kooperation

Unsere Ziele bis 2025



Kreislaufwirtschaft

Unsere Vision

Wir wollen Kreisläufe schließen

Unsere
Strategie
2022/2023



1 Nachhaltige Verpackung

- Recyclingfähige Materialien einsetzen
- Material reduzieren
- Alternative Materialien einsetzen



2 No Food Waste

- Keine Lebensmittelverschwendung

Unsere
Ziele bis
2025

1 Nachhaltige Verpackung

- **Recyclingfähige Materialien einsetzen**
 - 100 Prozent der Seeberger Verpackungen im Sortiment sind recyclingfähig
- **Material reduzieren**
 - Fossile Kunststoffe im gesamten Produktlebenszyklus um 20 Prozent reduzieren
- **Alternative Materialien einsetzen**
 - Alternative Verpackungsmaterialien ohne Gefährdung des Produktschutzes

2 No Food Waste

- **Keine Lebensmittelverschwendung**
 - Lebensmittelabfälle im Produktionsprozess unter einem Prozent halten
 - Potenzial zur Verringerung von Lebensmittelverschwendung in der Genusswelt erkennen und nutzen

Wir orientieren uns an folgenden SDGs:



Kreisläufe schließen, nach dem Vorbild der Natur

Natürliche Ressourcen sind die wichtigste Grundlage für unsere hochwertigen Produkte. Wir wollen sie so effizient und schonend einsetzen, dass viele weitere Generationen sie nutzen und von ihnen leben können. Unser großes Vorbild? Die Natur und daraus abgeleitet das Prinzip der Kreislaufwirtschaft. Das bedeutet: Nichts wird verschwendet. Rohstoffe, zum Beispiel für

unsere Verpackungen, wollen wir so lange wie möglich in einem Kreislauf aus Herstellung, Verwendung und Wiederverwertung halten. Lebensmittelabfälle wollen wir auf ein absolutes Minimum reduzieren. Unsere Vision: Wir wollen Kreisläufe schließen. Dafür konzentrieren wir uns auf unsere Kernthemen „Nachhaltige Verpackung“ und „No Food Waste“.



Kreislaufwirtschaft: Unsere Highlights 2022 und 2023

- 69 Prozent unseres Snack-Sortiments sind in recyclingfähiger Kunststofffolie verpackt. Darunter seit 2022 zehn Produkte in Monoverbundverpackung mit 30 Prozent Rezyklatanteil (ISCC-Zertifikat)
- Design for Recycling: Anpassung auf recyclingfähige Folie für unsere Kaffeeverpackungen
- Einsparung von 34 Tonnen Kartonverpackungen pro Jahr durch Optimierung des meistgenutzten Kartons für Umverpackungen. Zusätzlicher Effekt: Verringerte CO₂-Emissionen durch optimale Auslastung von Transportpaletten und damit weniger Transportgewicht
- „Popcorn-Power in Papierverpackung“: Beginn des Prozesses für die Umstellung auf Papierverpackung für Popcorn-Mais
- Weniger als ein Prozent Verlust an gelieferten Rohwaren im Produktionsprozess
- Minimale Verluste von Lebensmitteln in der Seeberger Genusswelt durch „No Food Waste-Speisenkonzepte“

 Seite 14

 Seite 16

 Seite 18

 Seite 19

 Seite 20

 Seite 21



Ein Ausblick bis 2025

- Unsere Doypack und Doystyle-Verpackungen (Standbeutel) werden auf recyclingfähige Folie umgestellt. Damit kommen wir unserem Ziel, 100 Prozent recyclingfähige Sortimentsverpackungen anbieten zu können, noch näher
- Prüfung weiterer alternativer Verpackungsmaterialien und -arten
- Start Pilotprojekt: Mehrwegverpackungen für ausgewählte Produkte

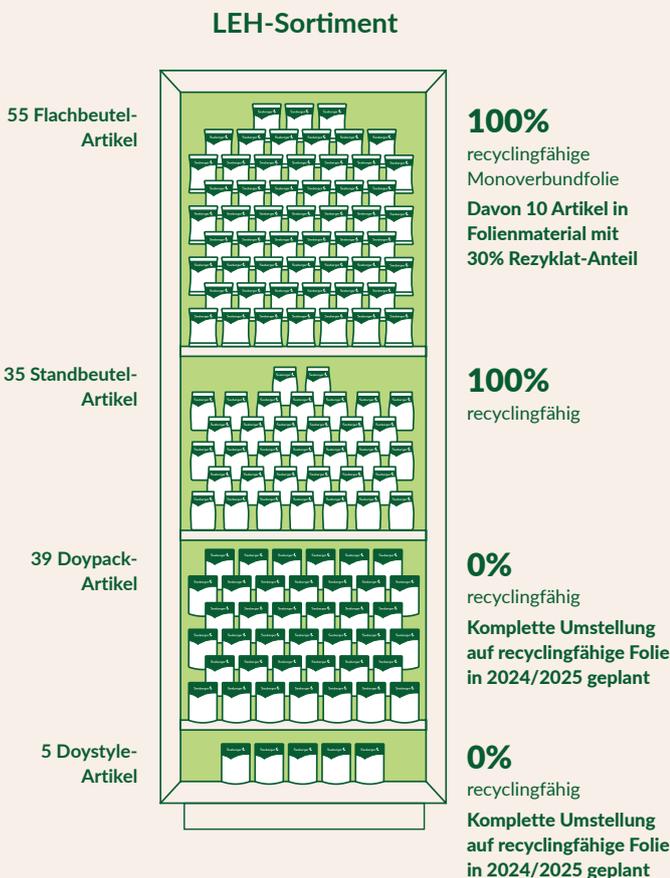


Warum brauchen wir eine wirklich gute Verpackung? Weil sie die Haltbarkeit gewährleistet sowie das natürliche Aroma und die einzigartige Qualität unserer Naturprodukte erhält. Viele von ihnen werden beispielsweise nur einmal im Jahr geerntet. Die Verpackung schützt allerdings nicht nur unsere Produkte, sondern auch die Umwelt, denn rund zehn Prozent der weltweit von

Menschen verursachten Treibhausgasemissionen entfallen auf den Verlust und die Verschwendung von Lebensmitteln (Quelle: IPCC Sonderbericht Klimawandel und Landsysteme). Allein in Deutschland werden im Jahr rund 11 Millionen Tonnen Lebensmittel weggeworfen, 60 Prozent davon in privaten Haushalten (Quelle: BMEL/Statistisches Bundesamt).

Was haben wir bisher im Geschäftsbereich Snacks erreicht?

69% unseres gesamten Snack-Sortiments ist in recyclingfähiger Folie verpackt! (ohne Ländervarianten)



Zusätzlich exklusiv im Seeburger Online-Shop erhältlich:



Zusätzlich in Ländervarianten erhältlich:



Zusätzlich Kleinpackungen für Sampling + Saisongeschäft:



Unser Anspruch: Optimaler Produktschutz bei größtmöglicher Nachhaltigkeit

Unsere Verpackungen informieren über wichtige Produkteigenschaften, sind praktisch und sehen gut aus. Seit vielen Jahren arbeiten wir daran, unsere Produkte nachhaltiger zu verpacken: Sei es mit recyclingfähigem Verpackungsmaterial, reduziertem Folieneinsatz oder alternativen Materialien. Die Herausforderung ist, nachhaltige Alternativen zu finden, die gleichzeitig optimalen Produktschutz gewährleisten. Dafür beobachten wir konstant den Markt, testen Verpackungsinnovationen, balancieren die unterschiedlichsten Ansprüche und suchen laufend nach den besten Lösungen.

Was haben wir bisher im Geschäftsbereich Professional erreicht?

67% unserer gesamten Kaffee-, Tee- & Schokodrink-Packungen sowie Food-Artikel sind bereits in recyclingfähiger Verpackung verfügbar!

Bohnenkaffee 1kg

91 % sind bereits mit nicht ruß-basiertem Schwarz und in einer aluminiumfreien, recyclingfähigen Folie verfügbar

In 2024: Weitere Umstellungen auf aluminiumfreie, recyclingfähige Folie mit nicht ruß-basiertem Schwarz, sobald Restbestände aufgebraucht sind

Bohnenkaffee 250g

In 2024: Prüfung von Materialalternativen zur Umstellung auf eine recyclingfähige Folie

Mahlkaffee

100% sind bereits in einer aluminiumfreien, recyclingfähigen Folie mit nicht ruß-basiertem Schwarz verfügbar

Food-Artikel

(Zuckersticks, Kaffeeweißer in Sticks, Kaffeesahne, Gebäck)

67% sind bereits in Green Seal Papier (Entsorgung über Altpapier) bzw. in recyclingfähiger Folie verfügbar

In 2024: Weitere Umstellungen auf Green Seal Papier (Entsorgung über Altpapier) bzw. Prüfung von Materialalternativen zur Umstellung auf eine recyclingfähige Folie

Vending-Produkte

(Toppingpulver, Kaffeeweißer, Löslicher Kaffee)

In 2024: Prüfung von Materialalternativen zur Umstellung auf eine recyclingfähige Folie

Schoko-Drinks

In 2024: Prüfung von Materialalternativen zur Umstellung auf eine recyclingfähige Folie

Express- und Space-Teebeutel

100 % der Express-Teebeutel sind kompostierbar

100% der Space-Teebeutel sind biologisch abbaubar

Tee-Dosen

100% aus langlebigem recyclingfähigem Weißblech, wiederbefüllbar

Tee-Refill-Beutel

In 2024: Prüfung von recyclingfähigen Materialalternativen



Unsere Strategie



Recyclingfähige Materialien einsetzen

Recyclingfähige Verkaufsverpackungen: Grundprinzip Rezyklat

Aktuell sind bereits 100 Prozent unseres Sortiments in Flachbeuteln auf recyclingfähige Mono-verbundfolie umgestellt (55 Produkte). Monoverbundfolie ist recyclingfähig, weil dafür ausschließlich Folienschichten aus gleichem Kunststoffmaterial verwendet werden. Und der nächste Schritt? Ob Kerne, Mandeln oder Ingwer: Seit 2022 verpacken wir zehn Artikel unseres Sortiments in Monoverbundfolie mit einem Rezyklatanteil von 30 Prozent (gemäß Massenbilanz). So werden aus zuvor recyceltem Kunststoff (Sekundärmaterial) neue Kunststoffprodukte. Wir helfen, fossile Rohstoffe wie Rohöl einzusparen und rücken unserem Ziel, Kreisläufe zu schließen, ein ganzes Stück näher.



Rezyklate entstehen durch die Wiederaufbereitung entsorgter Kunststoffe. Das sind beispielsweise von Verbraucherinnen und Verbrauchern verwendete und dann korrekt getrennte Kunststoffprodukte. Sie werden in Recyclinganlagen zu Rezyklaten verarbeitet. Rezyklate können statt neuer Rohstoffe wie beispielsweise Erdöl (Primärrohstoff), als sogenanntes Sekundärmaterial für die Herstellung neuer Kunststoffprodukte wiederverwendet werden.

Mehr Nachhaltigkeit? Konflikt und Kompromiss

Eine edle Verpackung passt perfekt zu unserer aromareichen Kaffeereihe „Black Label“. Allerdings haben Druckfarben Einfluss auf die Recyclingfähigkeit einer Verpackung. Für den eindrucksvollen Verpackungslook wurde bisher eine rußbasierte schwarze Farbe und eine Metallisierung eingesetzt. So war die Kaffeeverpackung optisch zwar perfekt, aber nicht recyclingfähig. Sie wurde in der Abfallsortieranlage nicht erkannt, aussortiert und verbrannt. Unsere Lösung lautet: „Design for Recycling“. Heute verwenden wir recyclingfähige schwarze Druckfarbe, allerdings mit einem kleinen Nachteil: Sie hat einen leicht blauen Farbstich. Dieser Kompromiss zugunsten ihrer Kreislauffähigkeit war also nötig. So kann die Verpackung jetzt recycelt werden – und ist weiterhin eindrucksvoll.



Müssen wir Kompromisse eingehen?

Rohwarenverpackung und zusätzliches Verpackungsmaterial

Welche Einflussmöglichkeiten haben wir auf die Nachhaltigkeit der Verpackungen unserer Rohwaren? Wir haben 2022 ein Sortiersystem eingeführt, mit dem wir reine PE-Verpackungen, wie Stretchfolie zur Ladungssicherung, getrennt von anderen Verpackungsmaterialien entsorgen, sodass hochwertiges PE-Rezyklat daraus hergestellt werden kann.



Pilotprojekt Kreislauf: Zweite Chance für Dattelkartons aus Tunesien

Die meisten unserer Rohwaren werden in Kartons geliefert. Nach dem Auspacken werden sie zu Altpapier recycelt und wiederverwertet. Eine weitere Nutzung der Kartons wäre allerdings deutlich nachhaltiger. Können also gebrauchte Lieferkartons als Mehrwegkartons weiter verwendet werden? Das haben wir am Beispiel unserer Dattelkartons aus Tunesien im Rahmen einer Projektarbeit genauer untersucht. Geprüft wurden unterschiedliche Lösungsvarianten, zum Beispiel die Weiterverwen-

dung der Kartons im Seeberger Online-Shop. Für die Bewertung der Lösungsvarianten wurde jeweils die Einsparung an CO₂-Emissionen und die entstehenden Kosten ins Verhältnis gesetzt.

Unser Fazit: Wir kennen jetzt die relevanten Prozesse, Prämissen und Bewertungsparameter für die Umsetzung eines Karton-Mehrwegsystems. Im nächsten Schritt prüfen wir, ob die Lösungsvarianten in der Praxis auch funktionieren.

Initiative „HolyGrail 2.0“

Kann digitale Technologie helfen, gebrauchte Kunststoffverpackungen besser zu sortieren, zu recyceln und so mehr Kreislaufwirtschaft ermöglichen? Das wollen 120 Unternehmen in der internationalen Initiative „Holy Grail 2.0“ gemeinsam herausfinden. Wir unterstützen die Initiative seit 2020 mit unserer Mitgliedschaft.



Die Idee:

Entwickeln digitaler Wasserzeichen und Sortieranlagen, die die mit den Wasserzeichen gekennzeichneten Verpackungen präzise aussortieren können.



Der Status:

Aktuell Testphase in industrieller Umgebung bis Q1 2025.



Das Ziel:

Verpackungsmaterial sortenrein trennen, um es möglichst verlustfrei zu recyceln. Damit kann es bei der Herstellung neuer Verpackungen wieder zum Einsatz kommen und so den Kreislauf schließen.



Der Ausblick:

Roll-Out des zweijährigen Markteinführungstests der HolyGrail Technologie ab Q2 2025.

www.digitalwatermarks.eu



Unsere Strategie



Material reduzieren

Kleiner, dünner, weniger – und trotzdem besser?

Könnte die Verpackung, zum Beispiel für unser Studentenfutter, auch kleiner werden? Das Material etwas dünner? Können weitere Bestandteile der Verpackung entfallen? Diese Fragen stellen wir uns, wenn wir darüber nachdenken, Verpackungsmaterial zu reduzieren. Und wir kommen zu guten Lösungen: Seit 2022 verzichten wir beispielsweise bei sechs Verpackungen mit kleinen Grammaturen auf den Zipper für den Wiederverschluss. Damit sparen wir zwei Tonnen Material im Jahr.



Unser meist genutzter Karton – so wird hier eingespart!

Auch unser Seeburger Produktmanagement tüftelt an Ideen für nachhaltige Verpackungen. Sie werden bereichsübergreifend entwickelt, getestet und bei Erfolg umgesetzt. Durch technische Änderungen und eine Optimierung der Papierzusammensetzung sparen wir seit 2023 jedes Jahr ganze 34 Tonnen Kartonage bei unserem meistgenutzten Karton. Positiver Nebeneffekt: Mit Anpassung des Kartonformats brauchen wir auch weniger Transportpaletten, erreichen so geringere Transportgewichte und reduzieren damit zusätzlich CO₂-Emissionen.



<p>Alte Kartonvariante</p> <p>683 Industriepaletten pro Jahr mit Kartonrohlingen bestückt</p>	→	<p>26,25 LKW-Ladungen pro Jahr</p>	→	<p>Mit der neuen Kartonvariante +18% mehr Kartonrohlinge auf einer Industriepalette als mit der alten Kartonvariante</p>	→	<p>Jährliche Einsparung</p> <p>34 Tonnen Kartonage oder 4 LKW-Ladungen</p>
<p>Neue Kartonvariante</p> <p>578 Industriepaletten pro Jahr mit Kartonrohlingen bestückt</p>	→	<p>22,25 LKW-Ladungen pro Jahr</p>				

Unsere Strategie



Alternative Materialien einsetzen

Verpackungsalternativen: Welches Material passt wirklich?

Styroporchips oder Luftpolyesterfolie? Nicht bei Seeberger. In unseren Versandverpackungen nutzen wir recyclingfähiges Knüllpapier, Kartonagen mit einem hohen Anteil an Recyclingpapier und, wenn möglich, FSC- oder CO₂-neutrales Papier für Drucksachen und Marketingmaterialien. Selbstverständlich suchen wir laufend alternative Verpackungsmaterialien für unsere Sortimentsverpackungen. Die wichtigste Voraussetzung bleibt: der optimale Produktschutz. Biobasierte Kunststoffe sind nur dann eine Alternative, wenn sie nicht in Konkurrenz zu Nahrungsmitteln hergestellt werden.

Popcorn-Power in Papierverpackung!

Verpackungen aus Papier statt aus Kunststoff: Nicht alle unsere Produkte können ohne Weiteres in Papier verpackt werden. Bei unserem Popcorn-Mais aber geht das. Nach einer intensiven Entwicklungs- und Produktionsphase und schließlich erfolgreicher interner Testphase ist unser Popcorn-Mais 500 Gramm seit Mai 2024 in Papierverpackung auf dem Markt. Das ist nicht ganz ohne Risiko, denn bei Popcorn-Mais sind wir Marktführer. Was, wenn Endverbraucher die neue Papierverpackung nicht akzeptieren? In enger Abstimmung mit dem Handel beobachten wir, wie die neue Verpackung von Kunden angenommen wird. Fällt unser Testlauf auch im Handel positiv aus, nehmen wir die neue Papierverpackung dauerhaft in unser Sortiment auf.



Entwicklung einer neuen Papierverpackung für Seeberger Popcorn-Mais

Was sind unsere Themen?	Wer arbeitet mit?	Entscheidende Parameter	Prozessphasen
Für den gesamten Produktlebenszyklus von der Herstellung bis zur Wiederverwertung Anforderungen definieren, Tests durchführen, Verbesserungen umsetzen.	<ul style="list-style-type: none"> • Produktmanagement • Qualitätssicherung • Prozessentwicklung • Packerei • Einkauf • Folienlieferant • Packmaschinenhersteller 	<ul style="list-style-type: none"> • Lebensmittelrechtliche Bestimmungen • Recyclingfähigkeit der Papierfolie und der Druckfarben • Flexibilität des Papiers • Bedruckbarkeit des Papiers • Dichtigkeit der fertigen Beutel • Eignung der Packmaschinen • Spezifische Qualifizierung der Mitarbeitenden 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklungsphase • Interne Testphase • Qualitätsprüfungen • Abpacktests • Qualifizierung vollautomatischer Produktionsprozesse • Produktion • Testphase im Lebensmitteleinzelhandel

Papier statt Kunststoff: Das alles steckt in der neuen Popcorn-Verpackung!



Wir beschützen jede Nuss und jede Frucht

Darauf sind wir wirklich stolz: Unsere Lebensmittelverluste im Produktionsprozess liegen bei unter einem Prozent! Dafür sorgen optimale Maschineneinstellungen und die Menschen, die besonders sorgsam mit unseren Produkten umgehen. Die für den Verkauf nicht geeignete Bruchware geht als gesonderter Artikel in unsere Genusswelt. Auch im Ursprung finden unsere Lieferanten alternative Verwendungsmöglichkeiten: So werden beispielsweise Früchte und Schalen zu Humus, Stiele von Beeren zu Tierfutter verarbeitet oder Mandelbäume als CO₂-Speicher am Ende ihrer Lebensdauer wieder in den Boden eingearbeitet.

No Food Waste

Interview mit Dennis Wachter und Michael Locher (Küchenleitung Genusswelt)

„Wo Genuss ein Zuhause hat“: So lautet das Leitmotiv unserer Seeberger Genusswelt in Ulm. Hier arbeiten Dennis Wachter und Michael Locher in unseren Restaurants und im Café, um unsere Gäste und Mitarbeitende aufs Beste zu verpflegen. Eines ihrer kulinarischen Kernthemen ist „No Food Waste“. Welche Aspekte nachhaltiger Küche sind ihnen wichtig? Und: Wie setzen sie diese in ihren Küchen um? Das haben wir sie im Interview gefragt.

Lieber Herr Wachter, lieber Herr Locher, Sie sind fast von Beginn an bei der Seeberger Genusswelt mit an Bord. Als Küchenleitung sind Sie für Café, Restaurant und auch für die Verpflegung der Mitarbeitenden zuständig. Was macht für Sie die Genusswelt so besonders?

Michael Locher: Die Genusswelt steht für eine bodenständige und gleichzeitig kreative Küche aus der Region. Die Qualität steht dabei immer an höchster Stelle.

Dennis Wachter: Als die Genusswelt vor drei Jahren eröffnete, konnten wir wegen Corona zunächst nicht so loslegen wie wir wollten. Umso schöner ist es jetzt, wenn wir ins Café oder die Restaurants kommen und merken, dass unsere Gäste hinter dem Konzept stehen.

Nachhaltigkeit spielt eine immer wichtigere Rolle. Wie integrieren Sie das in Ihren Küchenalltag?

Dennis Wachter: Unsere Aufgabe ist es, so zu arbeiten, dass wir keine Lebensmittel verschwenden. Das beginnt bei der Planung des Menüs, ist abhängig von aktuellen Verfügbarkeiten bei unseren Lieferanten und geht bis hin zum Blick aus dem Fenster: Denn eine warme Suppe passt nicht zu strahlendem Sonnenschein.

Michael Locher: Das stimmt, es ist immer auch eine große Herausforderung vorherzusehen, was unseren Gästen schmeckt. Und das hängt von vielen Faktoren ab. Je besser wir unsere Küche – und auch unsere Gäste – kennen, desto zielgerichteter können wir kochen. Das spiegelt sich dann auch in weniger Food Waste wider.

Welche konkreten Maßnahmen gibt es bei Ihnen in der Küche?

Michael Locher: Beim Thema „No Food Waste“ muss der ganze Ablauf durchdacht werden: Welche Komponenten haben wir bereits auf unserer Speisekarte? Wo können wir diese wieder miteinbauen? So können wir die Zutaten variabel verwenden, ohne dass etwas verschwendet wird. Wenn wir gut vorarbeiten und smart denken, dann bleibt nicht viel übrig.

Dennis Wachter:

Was uns außerdem hilft, sind unsere flexiblen Lieferanten.

Egal ob Metzger oder Gemüsehof: Da wir sehr eng mit unseren regionalen Lieferanten zusammenarbeiten und mehrmals pro Woche bestellen, können wir viel besser reagieren, wenn mal etwas zu knapp ist und müssen nicht auf Vorrat einkaufen.

Michael Locher: Wichtig sind auch Erfahrungswerte. Wir zwei haben uns in den letzten Jahren viel mit dem Thema Food Waste beschäftigt und unsere Küche immer weiter optimiert. Als Küchencrew ziehen wir an einem Strang: Jeder muss mitdenken, Verbesserungspotential erkennen und entsprechend reagieren.

Stichwort Kreativität und handwerkliches Kochgeschick. Was hat das mit einer nachhaltigen Küche zu tun?

Michael Locher: Unser Anspruch ist es, aus den Zutaten, die wir zur Verfügung haben, ein leckeres Gericht zu machen. Das bedeutet, die Zutaten geben uns vor, was wir kochen. So bedingt das eine das andere: Eine Gemüsebrühe machen wir aus den Schalen der Karotten, die zuvor als glasierte Beilage auf den Teller gehen. Rinderbrühe entsteht aus den ausgelösten Knochen, die übrig bleiben, wenn wir Braten zubereiten. Es ist wichtig zu verstehen, wo die Gerichte eigentlich herkommen. Und wenn man mit diesem überlieferten Wissen kocht, bleibt kaum etwas übrig.

Dennis Wachter: Wir probieren auch neue Dinge aus, über die wir früher nie nachgedacht haben: Aus Sellerie- und Gemüseschalen haben wir Gemüsepulver gemacht. So verwenden wir das gesamte Lebensmittel und haben zudem noch mehr Geschmack in unserer Soße. Auch Seeberger Produkte beziehen wir in unsere Menüplanung mit ein. Bruchware oder falsch verpackte Produkte können weiterverwendet werden. Unsere Fruchtaufstriche machen wir beispielsweise auch aus den Trockenfrüchten von Seeberger.

Welche Rolle spielt die Qualität der Zutaten?

Dennis Wachter: Letztendlich hängt es an der guten Qualität, ob es überhaupt möglich ist, Zutaten oder Rohstoffe so weiterzuverarbeiten, dass nichts übrig bleibt. Und die Qualität steht bei uns immer an erster Stelle – das schätzen auch unsere Gäste.

Michael Locher: Dieses wertschätzende Verständnis für Lebensmittel ist schon etwas ganz Besonderes in unserer Seeberger Genusswelt.



Lieferkettenverantwortung

Unsere Vision

Wir wollen 100 Prozent Transparenz in der Lieferkette



Wir orientieren uns an folgenden SDGs:



Welche Bedeutung hat das Thema Lieferkettenverantwortung für uns?

Die Antwort ist einfach: Eine sehr hohe. Menschenrechte achten, faire partnerschaftliche Beziehungen zu unseren Lieferanten und ein ökologisch nachhaltiges Verständnis von Landwirtschaft sind für uns selbstverständlich. Sie sind zentrale Werte unseres Unternehmensleitbildes. Unser Anspruch ist hoch. Dafür steht unser umfangreiches Lieferanten-Monitoring, das wir

seit vielen Jahren nach nationalen und internationalen Standards schärfen und entwickeln. Wir wissen: Transparenz in der Lieferkette, verbindliche Einkaufsbedingungen und der direkte Kontakt zu unseren Lieferanten sind die wegweisenden Faktoren, damit wir Verantwortung in der Lieferkette übernehmen können. Daran arbeiten wir hart und setzen uns ehrgeizige Ziele.



Lieferkettenverantwortung: Unsere Highlights 2022 und 2023

- Verbesserte Rückverfolgbarkeit mit jährlichen Transparenzanalysen  Seite 26
- Einführung einer umfassenden Risikoanalyse  Seite 27
- Aufbau eines anonymen Beschwerdesystems innerhalb des Seeberger-Compliance Management Systems (CMS)  Seite 27
- Entwicklung eines Konzepts zur Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen im Rahmen des LkSG  Seite 27
- Zusätzliche Nachhaltigkeitsbeauftragte verstärkt Einkaufsteam  Seite 29
- Zentrale Erkenntnisse Forschungsprojekt „BioVal“ zum Schutz und Erhalt von Biodiversität in Ursprungsländern  Seite 29
- Integration von Aspekten zu Klimawandel und Biodiversität in Einkaufsbedingungen und Lieferantenfragebögen  Seite 28
- Partnerschaften ausbauen: Insgesamt zwölf Einkaufsreisen in Herkunftsländer/Ursprung  Seite 30
- Meilenstein Ausbau Direktkontakte: 2022 finden wir verlässliche Produktionspartner für Cashewkerne in Afrika  Seite 31



Ein Ausblick bis 2025

- Ausweitung des Risikoanalyse-Konzepts auf alle Geschäftsbereiche
- Konzeptentwicklung/Umsetzung der neuen gesetzlichen Anforderungen zur Vermeidung von Entwaldung entlang unserer Lieferkette (EUDR)
- Spezifische Schulungen für Lieferanten, Wissenstransfer ausbauen
- Geplante Reisen in den Ursprung, u.a. USA, Algerien, Frankreich
- Seeberger-Lieferanten-Monitoring weiterentwickeln und unserer Vision „100 Prozent Transparenz in der Lieferkette“ immer näher rücken

Unsere Strategie



1 **Transparenz sicherstellen**

„Wir erhalten zunehmend Anfragen zu unseren Lieferketten über unseren Kundenservice oder direkt von Verbraucherinnen und Verbrauchern. Die Menschen interessiert vor allem, wie ein Produkt angebaut und verarbeitet wird, welche Hilfsmittel eingesetzt werden und unter welchen Arbeitsbedingungen die in der Lieferkette beschäftigten Menschen arbeiten.“

Christian Liebsch, Leiter Einkauf Food



Transparenz ist Fortschritt

Jedes unserer Produkte erzählt seine Geschichte. Das gilt auch für seine Lieferkette. Unsere Vision ist, sie alle so gut zu kennen, wie möglich. Anders gesagt:

Wir wollen
100 %
Transparenz
in der
Lieferkette.

Klar ist, je näher wir an der Erzeugung einkaufen, je besser wir unsere Lieferanten kennen, desto mehr Transparenz erhalten wir. Die Möglichkeiten dafür sind allerdings so unterschiedlich, wie unsere Produkte. Seit vielen Jahren arbeiten wir daran, die bestmögliche

Transparenz über ihre Herstellungsbedingungen zu erhalten. Transparenz ist die Voraussetzung für Veränderung. Sie ermöglicht Fortschritt und sie bedeutet Sicherheit – für uns, unsere Lieferanten und Kunden. Dafür steht unser Seeberger-Lieferanten-Monitoring.

Das Seeberger-Lieferanten-Monitoring

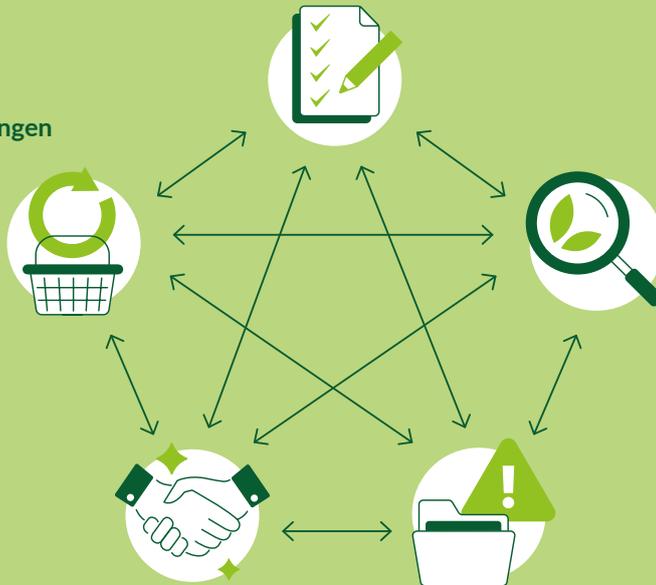
Unser Lieferanten-Monitoring ist ein von uns entwickelter Analyse- und Fortschrittsprozess. Es besteht aus einem System sich ergänzender Bausteine. Die Bausteine oder auch Prozessschritte basieren auf aktuellen, international und national anerkannten Standards. Oft gehen sie über gesetzliche Regelungen hinaus. Die für uns wichtigsten Zutaten: Über 180 Jahre wertvolle Unternehmenserfahrung und unsere einzigartigen Partnerschaften.

Module des Seeberger-Lieferanten-Monitoring

Supplier Questionnaire:

Digitalisierte Lieferanten-Fragebögen zur Selbstauskunft. Sie sind längerfristig die Basis für die Entwicklung eines individuellen Nachhaltigkeitsindex für Lieferanten. Ergebnisse aus den Befragungen fließen in die Risikoanalyse ein.

Seeberger Einkaufsbedingungen & Sustainability Guidelines (Nachhaltigkeitsleitlinien):
Seit 2012 verpflichtender Bestandteil unserer Einkaufsbedingungen für Seeberger Lieferanten weltweit.



Seeberger Transparenzanalyse:
Jährliche systematische Transparenzanalyse zur Rückverfolgung unserer Produkte nach Stufen. Ergebnisse fließen in die Risikoanalyse ein.

Persönlicher Kontakt:

Einkaufs- und Forschungsreisen (BioVal-Projekt), persönliche Kontakte auf Messen, bei Besuchen in Ulm und Konferenzen. Bei Reisen in den Ursprung werden die Angaben der Lieferanten-Fragebögen mit Checklisten stichprobenartig überprüft.

Seeberger Risikoanalyse:

Jährliche Analyse von Risiken bei Arbeitsbedingungen, Umweltschutz oder Menschenrechten in Herkunftsländern.

Orientierungsstandards und Leitlinien für das Seeberger-Lieferanten-Monitoring

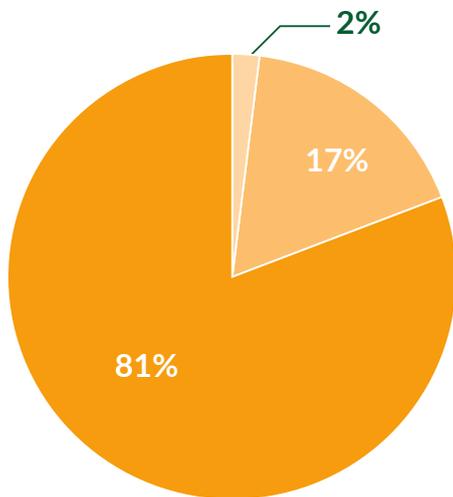
- UN Global Compact
- 17 UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs)
- ILO-Konventionen
- Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)



Die Seeberger Transparenzanalyse

Wie viel Transparenz haben wir in unseren Lieferketten? Das zeigt unsere 2020 eingeführte, jährliche Transparenzanalyse. Mit ihr sehen wir auf einen Blick, wie nah wir an den Bezugsquellen unserer Produkte einkaufen. Ein Beispiel: 2023 können wir 81 Prozent unserer Nüsse und Trockenfrüchte bis zum Erzeuger/Erzeugergruppe rückverfolgen. Nach den Transparenzstufen unserer Analyse bedeutet das Stufe 5: höchste Transparenz. Die Transparenzanalyse zeigt uns aber auch, wo noch Handlungsbedarf besteht.

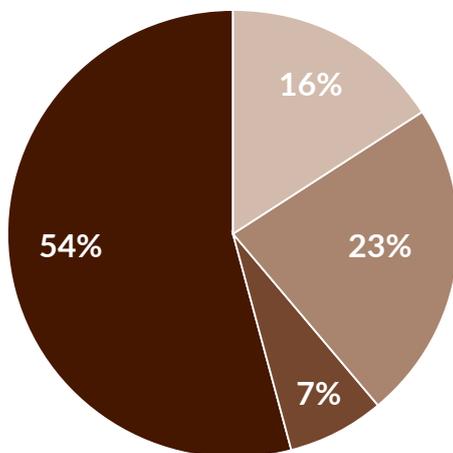
Transparenzanalyse Nüsse und Trockenfrüchte 2023



Fazit: 2023 können wir 81 Prozent unserer Nüsse und Trockenfrüchte bis zum Erzeuger oder der Erzeugergruppe zurückverfolgen. Ein sehr gutes Ergebnis. Unserem Ziel „100 Prozent Transparenz in der Lieferkette“ sind wir im Berichtszeitraum um weitere sechs Prozentpunkte nähergekommen.

- Händler/Importeur/Packer in D/EU
- Händler/Exporteur im Ursprungsland
- Verarbeiter/Packer/Kooperative im Ursprungsland
- Rohstoffhändler im Ursprungsland
- Erzeuger/Erzeugergruppe

Transparenzanalyse Kaffee 2023



Fazit: Mit 84 Prozent erreichen wir bereits eine hohe Transparenz und können den Kaffee bis mindestens zur Kooperative zurückverfolgen. Bei 54 Prozent unseres Kaffees haben wir sogar die höchste Transparenzstufe erreicht. Wir kennen die Erzeuger oder die Erzeugergruppe. Gleichzeitig arbeiten wir intensiv daran, auch bei den verbleibenden 16 Prozent der Exporteure die Transparenz kontinuierlich zu verbessern.

- Importeur
- Exporteur
- Kooperative
- Verarbeiter
- Erzeuger/Erzeugergruppe



Die Seeberger Risikoanalyse

Ziel unserer Risikoanalyse ist es, umweltbezogene und menschenrechtliche Risiken vorherzusehen, sie zu vermeiden oder spätestens im Ernstfall darauf rechtzeitig und angemessen reagieren zu können. Unsere Risikoanalyse umfasst auf zwei Analysestufen alle für uns wesentlichen ökologischen und sozialen Risiken. Seit ihrer Einführung 2020 haben wir sie im Bereich Nüsse und Trockenfrüchte auf nahezu allen Fertigungsstufen etabliert. In der Seeberger Genusswelt, im Professional-, Non-Food- und Logistik-Bereich arbeiten wir an ihrem Ausbau. Ein entscheidender Fortschritt der beiden letzten Jahre ist, dass wir mit unseren Fragebögen (Supplier Questionnaire) noch mehr auf individuelle Risikosituationen bei Lieferanten eingehen können.

LkSG-Management

Praktische Risikoanalyse



Das Seeberger Hinweisgebersystem (Beschwerdesystem)

Eine Selbstverständlichkeit: Verantwortungsvolles Handeln bedeutet für uns, Gesetze und Richtlinien einzuhalten und eine Atmosphäre von Vertrauen zu schaffen. Diesen Grundsätzen dient unser Compliance-Management-System (CMS). Es ist uns wichtig, potenzielle Regel- oder auch Complianceverstöße frühzeitig zu erkennen und zu beheben. Dafür haben wir unser CMS um ein Hinweisgebersystem ergänzt.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten oder Verbraucherinnen und Verbraucher können über dieses System anonym auf unserer Website/im Intranet Hinweise zur Aufdeckung von Fehlverhalten und Regelverstößen geben. Mit der Einrichtung des Hinweisgebersystems sichern wir Integrität, Verlässlichkeit und erfüllen die Anforderung des Lieferkettensorgfaltpflichtengesetzes.



2 Verbindlichkeit schaffen

Wir legen uns fest!

Verbindlichkeit und Verantwortung, das gehört für uns zusammen. Wir legen uns fest, mit hohen Qualitäts- und Geschmacksversprechen. Wir sind klar in unseren Erwartungen. Und wir sind zuverlässig in unseren Partnerschaften. Verantwortung ohne Verbindlichkeit? Ist unserer Erfahrung nach nicht möglich. Aus diesem Grund gibt es bei Seeberger festgeschriebene Einkaufsbedingungen für die Zusammenarbeit mit Lieferanten. Seit 2012 gehören unsere Nachhaltigkeits-

leitlinien (Sustainability Guidelines) dazu. Sie werden in unseren Lieferpartnerschaften angewendet, ihre Umsetzung wird mit unseren Fragebögen für Lieferanten (Supplier Questionnaire) und bei Einkaufsreisen regelmäßig überprüft. Wie alle Bausteine unseres Monitorings arbeiten wir daran, sie laufend zu verbessern. Unser Schwerpunkt in 2022/2023: Ausbau unserer Fokusthemen Klimawandel und Biodiversität in den Einkaufsbedingungen und Fragebögen für Lieferanten.

Seeberger Sustainable Guidelines & Seeberger Supplier Questionnaire

Soziale Themen:

Menschenrechtsbezogene Pflichten

- Gewährleistung von Arbeits- und Gesundheitsschutz, Einhalten von Sozialstandards
- Faires Entgelt
- Soziale Grundsicherung bei Krankheit, Urlaub, Mutterschutz und Rente
- Keine Zwangsarbeit
- Keine ausbeuterische Kinderarbeit: die Beschäftigung von Minderjährigen darf keine körperlich schwere oder gefährliche Arbeit beinhalten oder den Schulbesuch einschränken
- Keine physische, verbale oder finanzielle Diskriminierung aufgrund von ethnischer und nationaler Herkunft, Religion oder Geschlecht
- Keine Bestechung oder Korruption
- Es gilt Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit

Umweltverträgliche Landwirtschaft:

Umweltbezogene Pflichten

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



Biodiversität fordern und fördern

Wir wollen Maßnahmen zum Erhalt oder der Erhöhung von Biodiversität in unseren Ursprungsländern fördern. Dafür müssen wir verstehen, was konkret vor Ort passiert. Aus diesem Grund haben wir unsere Lieferanten-Fragebögen um Fragen zum Thema Biodiversität ergänzt. Unsere bisher wichtigste Erkenntnis: Neben den von uns gesammelten Fakten und Informationen ist Dialog der Schlüssel zum Erfolg. Zukünftig wollen wir daher die mit den Fragebögen erfassten Informationen mit unseren Lieferanten besprechen. Nach der Auswertung können wir dann gemeinsam mit Maßnahmen zur Verbesserung der Biodiversität gegensteuern.

Mit BioVal zu mehr Biodiversität

Interview mit Nadine Kellner
(Assistenz der Einkaufsleitung und Beauftragte
für Nachhaltigkeit im Einkauf)

Liebe Frau Kellner, Sie arbeiten bei Seeberger als Assistenz der Einkaufsleitung und sind auch Beauftragte für alle Nachhaltigkeitsthemen, die mit dem Einkauf zu tun haben. Warum hat Seeberger begonnen, sich für das Thema Biodiversität zu engagieren?

Nadine Kellner: Als Lebensmittelunternehmen ist Biodiversität eines der wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen und wir tragen eine große Verantwortung für sie. Deshalb ist es für uns essentiell, uns mit neuen Lösungsansätzen zu beschäftigen, um den Biodiversitätsverlust entlang der gesamten Lieferkette zu verringern. Im Lebensmittelanbau und bei der Herstellung unserer Produkte haben wir die Möglichkeit, selbst etwas zu bewirken und unsere Lieferanten dabei zu unterstützen. Mit BioVal haben wir ein Projekt gefunden, mit dem wir gemeinsam neue Herangehensweisen erarbeiten und testen können.

Was ist BioVal? Worum geht es bei dem Forschungsvorhaben?

Nadine Kellner: BioVal steht für Biodiversity Valuing & Valuation. Als Teilnehmende der Projektgruppe verfolgen wir das Ziel, Auswirkungen von Unternehmens- und Produktionsprozessen auf Biodiversität entlang der Wertschöpfungskette besser erfassen zu können. Dafür wurde unter anderem eine Berechnungsmethode entwickelt, die verschiedene landwirtschaftliche Parameter erfasst. Damit können wir den Einfluss, den unsere Lieferanten auf die Biodiversität haben, messbar machen. So kann das Thema Biodiversität in Zukunft konkret in das Management von Unternehmen integriert und bei Entscheidungen berücksichtigt werden.

Seeberger fungiert bei BioVal als Reallabor.

Was bedeutet das konkret?

Nadine Kellner: Als Reallabor erproben wir die von den beteiligten Forschungsinstituten erarbeiteten Lösungsansätze. Um die Methoden noch praxisnaher zu gestalten, haben wir teilweise gemeinsam mit unseren Lieferanten Testläufe durchgeführt. Ein Beispiel ist die BVI-Methode. Dabei werden verschiedene landwirtschaftliche Parameter wie der Düngemittelseinsatz und Wasserverbrauch erfasst. Auf der Grundlage der erhobenen Daten kann der Einfluss der Landwirtschaft auf die Biodiversität berechnet werden.



Welche Ziele verfolgt Seeberger mit dem Projekt?

Nadine Kellner: Wir haben bereits Nachhaltigkeitsrichtlinien in unseren Einkaufsbedingungen definiert und das Thema Biodiversität auch in unserem Lieferantenmanagement berücksichtigt. Durch die Messung machen wir Biodiversität greifbarer, was uns ermöglicht, sie noch gezielter bei der Auswahl unserer Lieferanten zu berücksichtigen. Gemeinsam mit ihnen können wir Maßnahmen zum Erhalt und zur Förderung der Biodiversität entwickeln. Die eigentlichen Expert:innen sind dabei unsere Lieferanten vor Ort. Im Rahmen von BioVal wollen wir miteinander ins Gespräch kommen und voneinander lernen, was wir besser machen können. Von diesen Erfahrungen profitieren nicht nur wir bei Seeberger, sondern alle unsere Lieferanten.

Das Projekt BioVal ist bald abgeschlossen. Was waren die wichtigsten Erkenntnisse bei der Durchführung?

Nadine Kellner: Eine große Erkenntnis für uns war zu sehen, dass viele Lieferanten in ihrem Handeln gegen den Biodiversitätsverlust schon weiter sind, als wir dachten. Unser Lieferant in Spanien hat zum Beispiel ein eigenes Nachhaltigkeitsprogramm. Auf einer Plantage testen sie Maßnahmen zu Themen wie Artenvielfalt oder Bewässerung. Beispielsweise gibt es Blühstreifen, Insektenhotels und spezielle Pflanzen, die Insekten anlocken. Durch die Gespräche vor Ort haben wir besser verstanden, wie wir Biodiversitätsfaktoren in unser Lieferantenmanagement integrieren können. Das zeigt uns, wie wichtig es ist, Wissen in der Lieferkette zu sammeln und auch zu teilen.

Wagen wir noch einen Blick in die Zukunft:

Geht das Forschungsprojekt weiter?

Nadine Kellner: Wir werden die Erkenntnisse und Erfahrungen aus dem Projekt weiterhin in die Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsstrategie einfließen lassen. Es ist uns wichtig, unsere Rolle als Multiplikator weiter auszubauen und auch in Zukunft einen konstruktiven Austausch entlang der Wertschöpfungskette zu fördern. Ob BioVal in eine zweite Runde geht, ist derzeit noch offen.





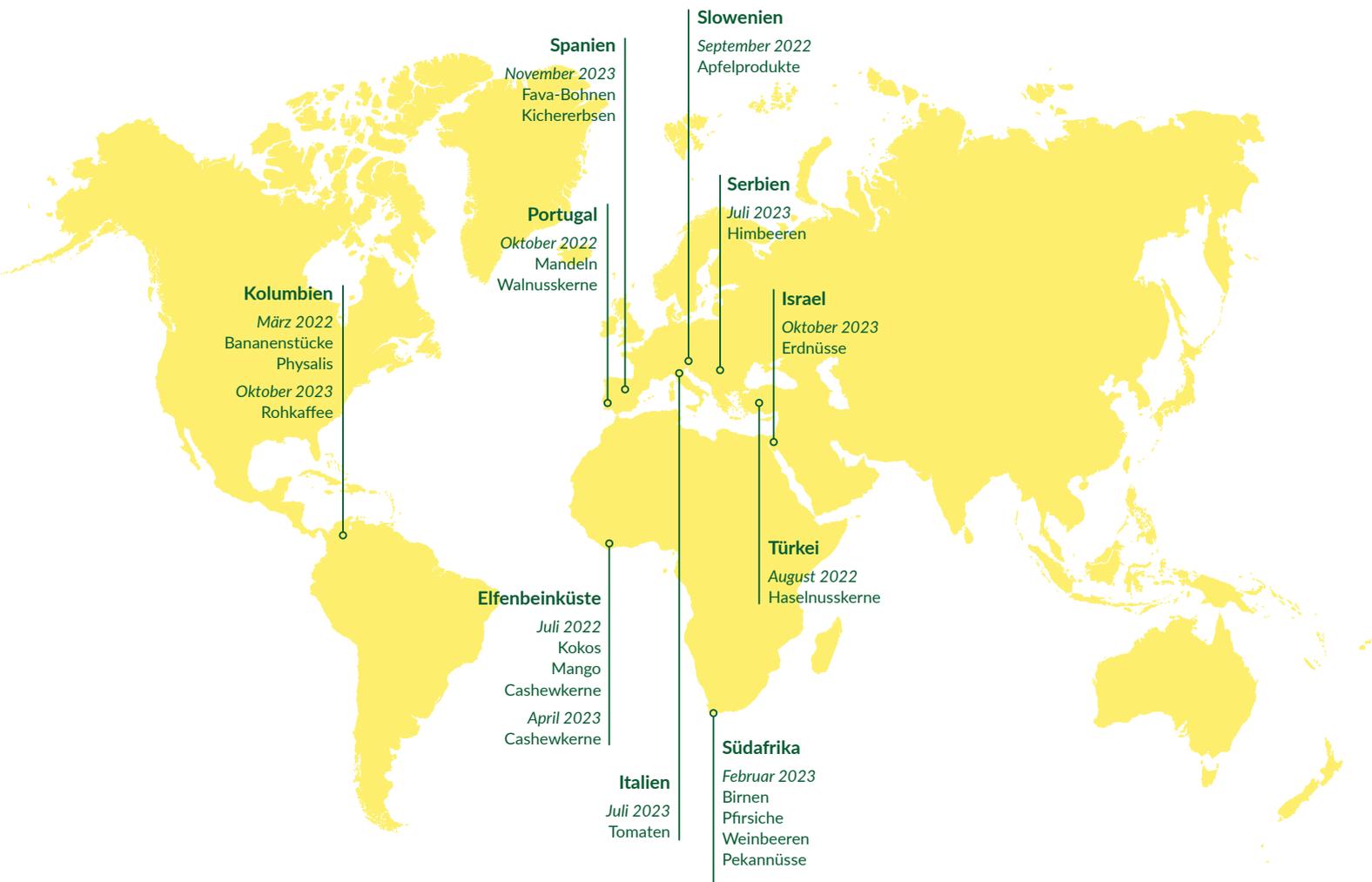
3 Partnerschaften ausbauen

Lange und intransparente Lieferketten? Das wollen wir vermeiden.

Wo immer möglich, setzen wir also auf den direkten Kontakt mit unseren Partnern vor Ort in den Ursprungsländern. Nicht nur, um Qualität und Nachhaltigkeit im Direktkontakt sichern zu können: Wir tragen so außerdem zu Wertschöpfung in den Herkunftsländern unserer Produkte bei.

Anzahl der Direktkontakte erhöhen

Einkaufsreisen in die Herkunftsländer unserer Produkte 2022/2023





Wie wir mit Direktgeschäften Wertschöpfung vor Ort schaffen

Ralph Beranek (Seeberger Geschäftsführung) über seine Einkaufsreise für Cashewkerne 2022, Elfenbeinküste (Côte d'Ivoire)

Viele unserer Rohstoffe werden in Afrika angebaut und verarbeitet. Dazu gehören Macadamias und Trockenfrüchte aus Südafrika, Datteln und Erdnüsse aus Nordafrika, aber auch Cashewkerne, Mangos, Kaffee und andere Produkte aus Zentral- und Westafrika. Wir haben also einen besonderen Bezug zu diesem Kontinent.

Und damit eine besondere Verantwortung, der wir bei Seeberger schon immer Rechnung tragen. Mit unserem geschäftlichen Engagement in Afrika wollen wir dazu beitragen, dass sich die Lebensumstände der Menschen dort verbessern und sie eine Zukunftsperspektive für sich und ihre Kinder aufbauen können.



Ralph Beranek und Andreas Heigle (Einkauf) beim Besuch eines Cashew-Lieferanten an der Elfenbeinküste

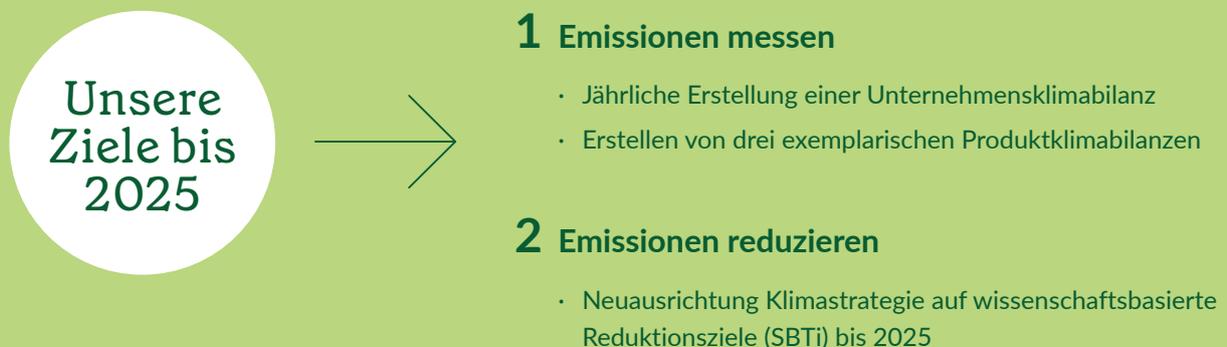
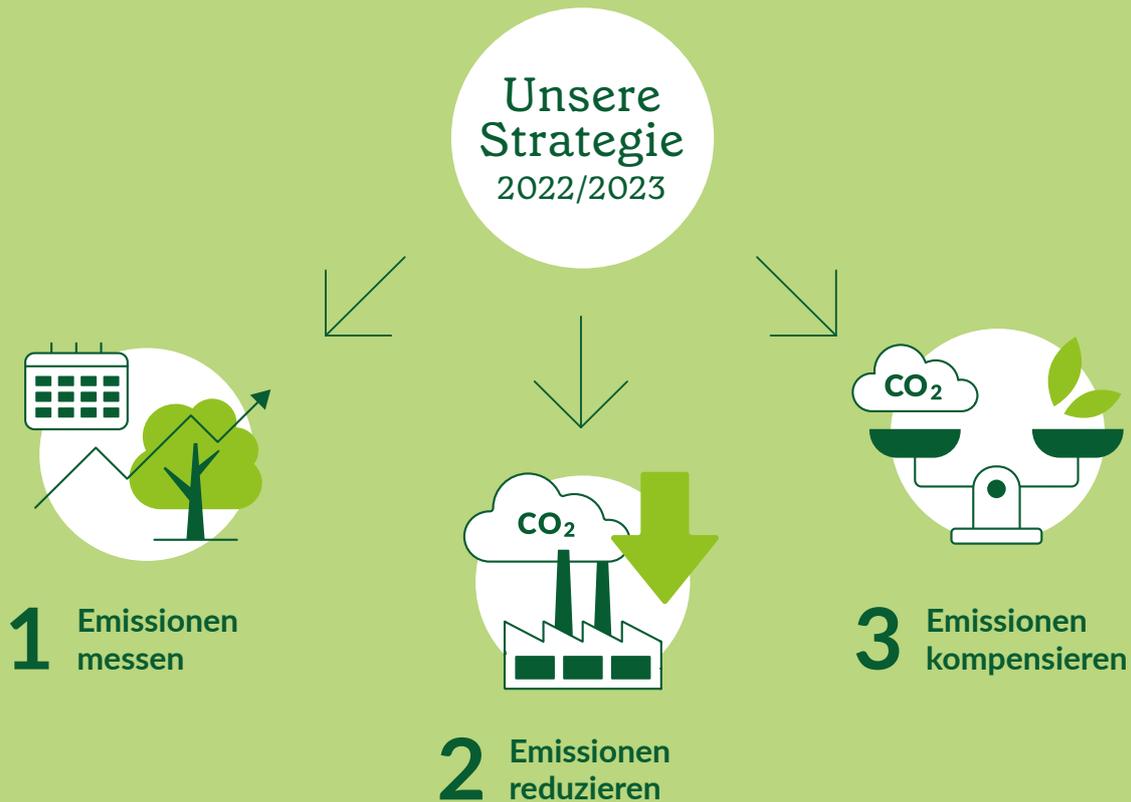
2022 ist uns ein wichtiger Erfolg gelungen: Schon lange waren wir auf der Suche nach einem geeigneten Produktionspartner für Cashewkerne in Afrika. Die weltweit größte Ernte roher Cashewkerne gibt es an der Elfenbeinküste (Côte d'Ivoire). Von dort werden die rohen Kerne allerdings über Rohstoffhändler meist nach Indien und Vietnam verschifft. Der größte Teil der Wertschöpfung wird also in Asien, statt in Afrika erzielt. Unnötige klimaschädliche Transporte von Afrika nach Asien und zurück wollten wir vermeiden und die Wertschöpfung in Afrika schaffen. Viele Versuche scheiterten zunächst.

Wir sind verlässlicher Partner für viele Jahre, fordern aber Verlässlichkeit auch von unseren Partnern ein. Fehlende Kontinuität, Qualität, Verfügbarkeit und Timing waren die Hauptgründe für dieses Scheitern. Aber wir gaben nicht auf und es ist uns gelungen, gleich mehrere zuverlässige Produktionspartner für Cashewkerne an der Elfenbeinküste zu finden. Dort werden in zertifizierten Produktionsbetrieben ausschließlich rohe Cashewkerne aus dem eigenen Land verarbeitet. Auch durch unsere Zusammenarbeit haben Mitarbeitende ganzjährig einen sicheren Arbeitsplatz. Die Löhne sind fair und es gibt Serviceleistungen wie sichere Shuttles zur Arbeit für Schichtarbeiter:innen oder Kinderbetreuung. Wir sind sehr stolz auf diese Zusammenarbeit. Sie zeigt, wie wir mit beständigen Direktgeschäften einen starken Beitrag zur Transformation in Westafrika leisten können.

Klimaschutz

Unsere Vision

Wir wollen mit wissenschaftsbasierten Reduktionszielen (SBTi) bis 2050 Net-Zero erreichen



Wir orientieren uns an folgenden SDGs:



Emissionen verstehen und reduzieren: Die Seeberger Klimaschutzstrategie

Was bedeutet der Klimawandel für Seeberger?

Unsere Naturprodukte wachsen auf Äckern, Feldern und Plantagen weltweit. Für den Anbau unserer Produkte hat der Klimawandel schon heute zum Teil gravierende Folgen und das nicht nur in weit entfernten Herkunftsländern. Ob Haselnüsse aus Italien oder Walnüsse aus Chile: Extremwetterereignisse wie Dürren oder Überschwemmungen führen zu Ernteverlusten

oder sogar Ernteaussfällen. Was können wir tun? 2013

haben wir unsere erste Klimabilanz erstellt und darauf unsere Klimaschutzstrategie aufgebaut. Damit ist der Klimaschutz fester Bestandteil unserer strategischen Entscheidungen und täglichen Abläufe. Zunehmend differenzierter erkennen wir, wo klimarelevante Emissionen in unseren Lieferketten entstehen – und können so gezielt handeln.



Klimaschutz: Unsere Highlights 2022 und 2023

- Seit 2022 jährliche Erstellung Unternehmensklimabilanz in Vorbereitung auf CSRD-Berichterstattung für das Jahr 2025
- Seit 2022 Erweiterung der „Scope 3“ Kategorien für die Komplettbetrachtung nach GHG (Greenhouse Gas Protocol)
- Start Datenerhebung für drei exemplarische Produktbilanzen in den Kategorien Trockenfrüchte, Nüsse und Kaffee
- Erweiterung Energieeinsparmaßnahmen
- Ausbau eigener Energieerzeugung mit Photovoltaikanlagen am Standort in Ulm
- Investition in Klimaschutzprojekt Indonesien

 Seite 34

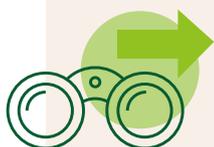
 Seite 34

 Seite 37

 Seite 38

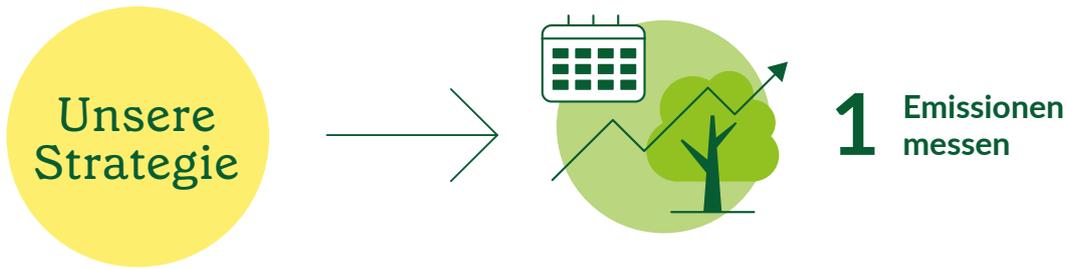
 Seite 40

 Seite 41



Ein Ausblick bis 2025

- Ergebnisse exemplarische Produktbilanzen Nüsse, Trockenfrüchte, Kaffee zu den Aspekten Klima, Wasser, Biodiversität
- Ausbau Photovoltaik. Ziel: Autarkiegrad von 25 Prozent bis 2025
- Weitere Energieeffizienzmaßnahmen: Fassadenisolierung, Austausch Fenster und Installation von Energiemessgeräten
- Einführung Energiemanagementsystem nach ISO 50001 auf Grundlage des EnEfG Energieeffizienzgesetzes (bis 2026)
- Neuausrichtung Klimastrategie: Wissenschaftsbasierte Herleitung unserer Emissionsreduktionsziele im Einklang mit dem 1,5-Grad Ziel des Pariser Abkommens



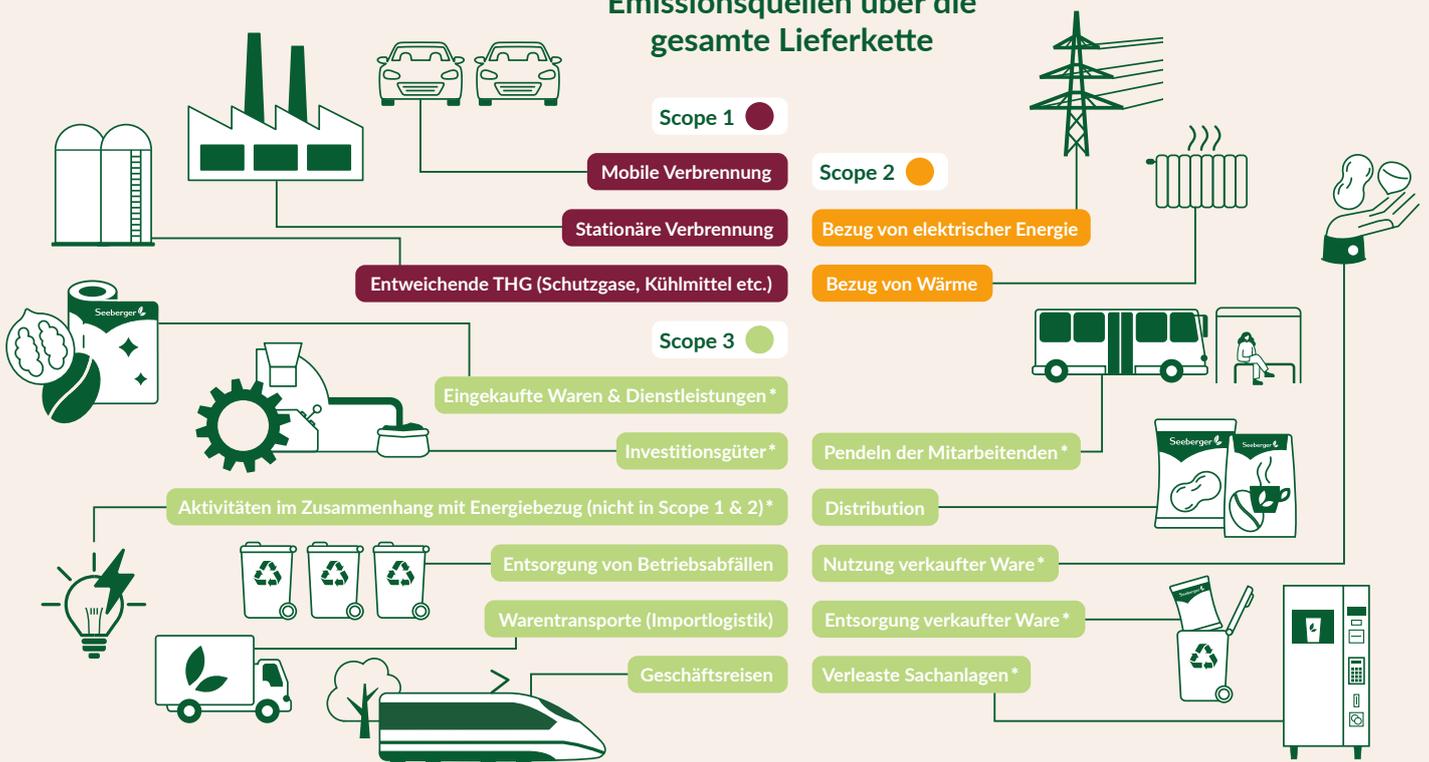
Die Seeberger Klimabilanz: Neuer Rahmen, neue Ziele

Wie viele CO₂-Emissionen verursachen wir und wo entstehen sie? Das zeigt uns seit 2013 unsere Klimabilanz im Zweijahresrhythmus. Im Bilanzjahr 2022 sind wir in Vorbereitung auf die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) in die jährliche Klimabilanzierung gestartet. Gleichzeitig setzen wir mit neuen Systemgrenzen erstmals einen erweiterten Bilanzierungsrahmen für unsere CO₂-Emissionen. Basis unserer Klimabilanz ist das Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). Das GHG Protocol ist ein international anerkannter Standard für die Bilanzierung und Berichterstattung der Treibhausgasemissionen von Unternehmen. Seine Standards dienen der Berechnung und Offenlegung von CO₂-Emissionen, so werden sie beispielsweise von der CSRD als Referenz herangezogen. Ab dem Geschäftsjahr 2025 ist Seeberger CSRD-berichtspflichtig, unser erster Bericht nach der neuen EU-Richtlinie wird 2026 veröffentlicht – wir sind also gut vorbereitet.

Seeberger und die „Scopes“: Wo entstehen CO₂-Emissionen?

Das GHG-Protocol dient der Erfassung und Berechnung von CO₂-Emissionen in drei Bereichen, den „Scopes“. Treibhausgasemissionen werden nach Art und Quelle ihrer Entstehung dem jeweiligen Scope zugeordnet und definiert. Erstmals erweitern wir im Rahmen der neuen Klimabilanzierung die Berechnung von Emissionen in „Scope 3“ auf alle für Seeberger nach GHG Protocol relevanten Kategorien. Scope 3 umfasst alle Emissionen, die bei Aktivitäten außerhalb unseres Unternehmens anfallen. Diese „indirekten Emissionen“ aus vor- und nachgelagerten Lieferketten entstehen zum Beispiel beim Einkauf von Waren oder Dienstleistungen, bei Transporten, Geschäftsreisen oder der Entsorgung von Abfällen.

Emissionsquellen über die gesamte Lieferkette

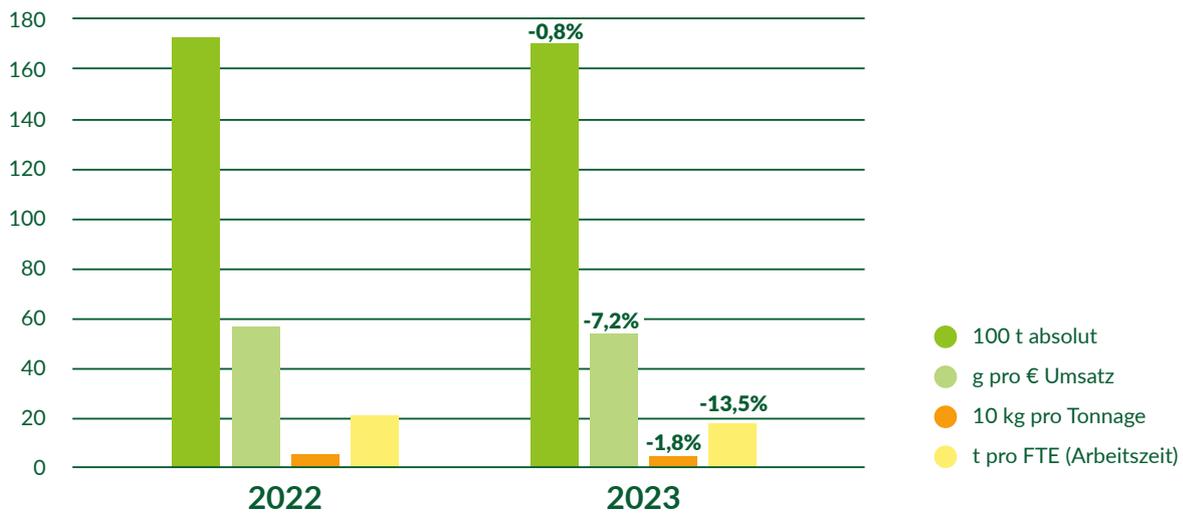


* Erweiterte Kategorien in Scope 3

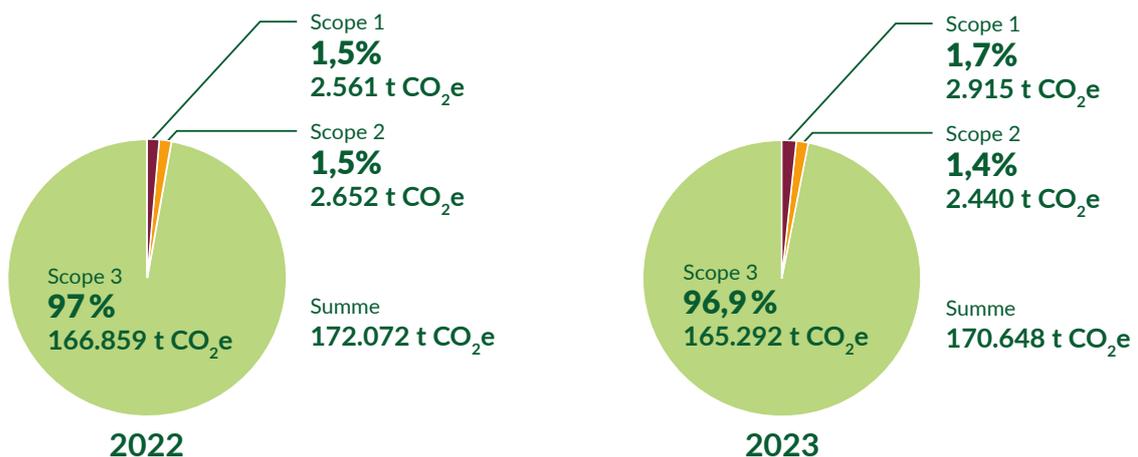
Top-Datenverfügbarkeit: Unser bester Weg zum Ziel

Auf Grundlage umfassender Datensammlungen erreichen wir im zweiten Berichtsjahr der neuen Klimabilanzierung eine vollumfängliche Erfassung unserer Treibhausgasemissionen. Sie ist die Ausgangsbasis unserer künftigen Klimabilanzen – und unserer ehrgeizigen Klimaziele. Grundlage für die Bewertung und Anpassung unserer Reduktionsmaßnahmen sind unsere absoluten Treibhausgas-Emissionen: Im Vergleich der Jahre 2022 und 2023 sind sie in der Summe leicht rückläufig. Um diesen Trend zu halten und zu steigern, wollen wir – auch vor dem Hintergrund unseres unternehmerischen Wachstums – aktuelle und künftige Emissionsquellen und Hotspots genau kennen, um an spezifischen Lösungen zu arbeiten.

Die Seeberger Klimabilanzen 2022 und 2023



CO₂-Emissionen nach GHG-Scopes 1–3



Einflussfaktoren der Veränderung von CO₂-Emissionen nach Scopes

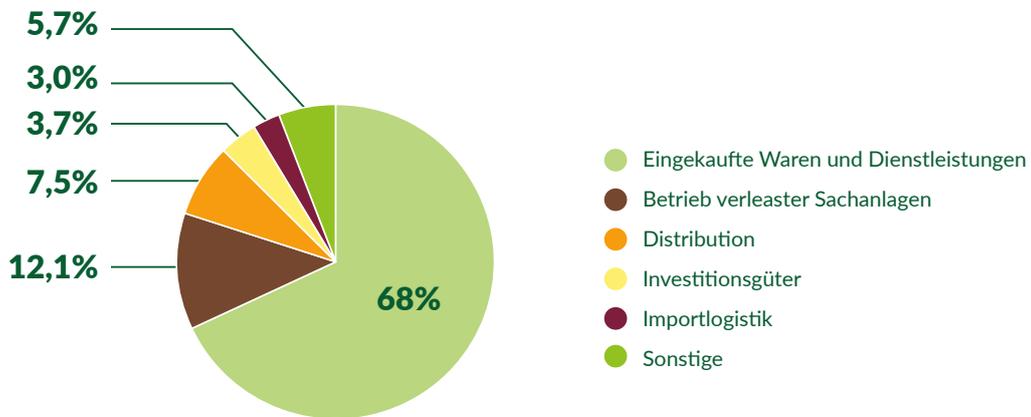
Die Klimabilanz zeigt, dass wir unsere Treibhausgasemissionen von 2022 auf 2023 in Summe leicht reduzieren konnten. Vor dem Hintergrund unseres unternehmerischen Wachstums ist das ein positives Ergebnis. Allerdings: Es wird bestimmt von vielen Einzelfaktoren. Ein differenzierter Blick auf die Scopes macht deutlich, wo es konkrete Veränderung gibt – und auch, ob und welche Maßnahmen wir für weitere Veränderungen ergreifen sollten.

So sind beispielsweise in Scope 1 die CO₂-Emissionen leicht gestiegen. Der Hauptgrund dafür ist, dass nach der Corona-Pandemie unsere geschäftlichen Aktivitäten sehr schnell wieder gewachsen sind, wie die Zunahme an Dienstfahrten und Kundenbesuchen. Im Bereich Scope 2 sind die Emissionen leicht gesunken. Dies ist vor allem auf einen geringeren Strombezug zurückzuführen, der durch den Ausbau der PV-Anlagen, geringere Nutzung von Lagerkapazitäten und die erfolgreiche Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen ermöglicht wurde. Auch in Scope 3 sind unsere Emissionen insgesamt leicht gesunken. Zwar ist die Warendistribution gestiegen, jedoch wurden weniger Waren eingekauft.

Seeberger & Scope 3: Emissionsquellen erkennen, Verantwortung übernehmen

Die Zahlen zeigen es auf den ersten Blick: Rund 97 Prozent unserer CO₂-Emissionen entstehen in Scope 3 – sie bestimmen das Bild unserer Klimabilanz. Allein 68 Prozent davon entfallen auf eingekaufte Waren und Dienstleistungen. Immerhin: Wir beziehen unsere Rohwaren aus über 60 Ländern weltweit. Mit 12,1 Prozent

folgt der Betrieb verleaster Sachanlagen, also von uns vermieteter Kaffee- und Vendingmaschinen. Eine große Rolle spielt mit 7,5 Prozent die Distribution unserer Produkte, es folgen Investitionsgüter (3,7 Prozent) und Importlogistik (3 Prozent).



Der größte Teil unseres CO₂-Fußabdrucks wird also in Wertschöpfungsketten außerhalb unseres Unternehmens verursacht. Obwohl sie damit auch außerhalb unseres direkten Einflussbereichs liegen, entstehen sie dennoch im Zusammenhang mit unseren Unternehmensaktivitäten. Dafür wollen wir Verantwortung übernehmen und gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern effiziente Reduktionsmaßnahmen entwickeln.

Welchen CO₂-Fußabdruck haben unsere Produkte?

Über unsere Klimabilanz erfahren wir, wo CO₂-Hotspots unserer Lieferkette liegen. Doch wie hoch ist der CO₂-Fußabdruck unserer Produktkategorien oder sogar einzelner Produkte? Das wollten wir genauer wissen: Seit Ende 2023 erheben wir Primärdaten für drei exemplarische Produktbilanzen unserer Kategorien Nüsse, Trockenfrüchte und Kaffee. Wo entstehen Treibhausgasemissionen im Produktlebenszyklus einer Pflaume, Mandel oder Kaffeebohne? Und wenn wir schon so genau hinsehen: Welche Auswirkungen haben diese Produkte auf die Biodiversität oder den Verbrauch von Wasser? Für einen ganzheitlicheren Nachhaltigkeitsansatz haben wir die Datenerhebung für unsere Produktbilanzen um diese beiden Themen erweitert. So wollen wir von der Erzeugung bis zum Seeberger Werkstor Prozesse und Auswirkungen besser verstehen, um die Nachhaltigkeit in der landwirtschaftlichen Lieferkette zu verbessern.



Was wir schon tun



Unsere Rohwaren und Rohstoffe kommen aus über 60 Ländern weltweit



Zum größten Teil reisen sie auf dem Seeweg zu uns. Er hat im Vergleich zu anderen Transportarten eine deutlich bessere CO₂-Bilanz



Unsere Früchte werden im Ursprungsland getrocknet. So minimieren wir ihr Transportgewicht



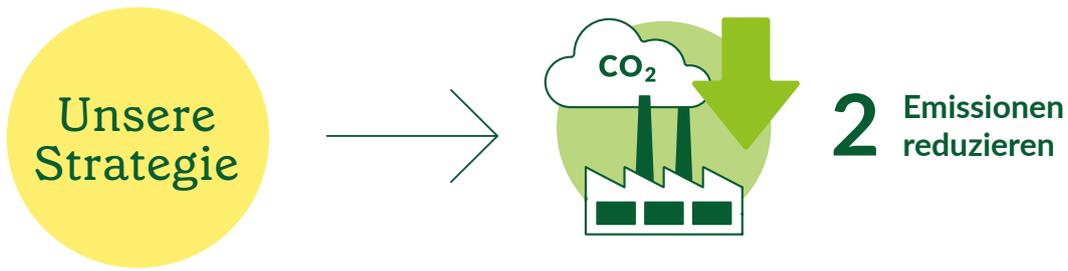
Unsere Container sind für maximale Transporteffizienz optimal ausgelastet



Von den Häfen in Hamburg oder Rotterdam transportieren wir unsere Rohwaren mit der Bahn nach Dornstadt



Der letzte Streckenabschnitt nach Ulm mit LKW ist möglichst kurz. LKWs setzen wir nur ein, wenn es keine alternativen Transportmöglichkeiten gibt



Energie sparen und Energie erzeugen: So reduzieren wir unseren CO₂-Fußabdruck

Jede Tonne CO₂, die wir einsparen, jede Kilowattstunde Strom, die wir aus regenerativer Energie selbst erzeugen, verringert unseren CO₂-Fußabdruck. Klimarelevante Emissionen, die in unserem Unternehmen entstehen, können wir direkt beeinflussen. Daran arbeiten wir. Mit systematischem Energiemanagement steigern wir unsere Energieeffizienz laufend, senken unseren Energieverbrauch und reduzieren so unsere Treibhausgasemissionen.

So sparen wir Energie ein

Ausgewählte Maßnahmen 2022/2023



Management und Kommunikation

- Einheitliches Energiedatenmanagement
- Einsparpotentiale ermitteln, gemeinsam Lösungen entwickeln und umsetzen
- Mitarbeitende für Energieeinsparmöglichkeiten bei Maschinen/im Umgang mit Maschinen laufend schulen und sensibilisieren



Gebäudetechnik

- Optimierung der Wärmeregulierung in verschiedenen Gebäudeteilen/Produktionsbereichen angepasst an Jahreszeiten und Außentemperaturen
- Installation zusätzlicher Energiemessgeräte
- Optimierung Hochregallagerkühlung
- Optimierung Energieverbräuche in der Soft-Produktion
- Weiterer Austausch von Fenstern (3-fach-verglast, Alufenster) in verschiedenen Gebäudeabschnitten
- Ausbau LED-Beleuchtung
- Sanieren von Dachflächen für verbesserte Dämmung
- Weitere Gebäudefassadenisolierung Wärme/Kälte



Mobilität

- Fortlaufender Ausbau klimafreundliche Mobilitätskonzepte
- Mobilitätsangebote für Mitarbeitende: kostenfreie Jahreskarte öffentlicher Personennahverkehr, individuelles Wunschfahrrad über JobRad-Angebot
- Neun Prozent E-Autos im Seeberger Fuhrpark
- Aktuell 20 E-Ladepunkte auf dem Seeberger Gelände
- Naturstrom tanken: Zwei Schnell-Ladesäulen für Gäste der Seeberger Genusswelt mit Naturstrom und selbst erzeugtem Strom aus Seeberger Photovoltaikanlagen



Mit Digitalisierung und Teamarbeit

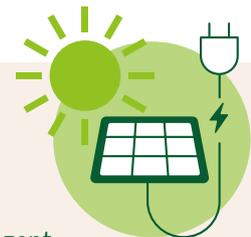
Mit digitalen Services kontrollieren wir laufend die Energieleistung der Anlage in unserem Hochregallager 4. Das System meldet aktiv ineffizientes Verhalten der Anlage, sodass wir Prozesse direkt verbessern können. Ist beispielsweise laufende Kühlung auch bei kalten Außentemperaturen notwendig? Oder benötigen wir tatsächlich alle vier Kühlzonen? Hier konnten wir nach Prüfung und Abstimmung zwei von bisher vier Kühlzonen zusammenfassen, die Lüftungstemperatur von 5 °C auf 7 °C erhöhen und so Energie zur Kühlung einsparen.



Optimierung einzelner Prozessschritte

Mit der Optimierung nur eines Prozessschritts in unserer Softfrüchte-Produktion haben wir den Energieverbrauch bei ihrer Verarbeitung deutlich gesenkt. Bei gleichbleibender Qualität können wir im Jahr so rund 180.660 kWh Strom einsparen (entspricht etwa 66,5 Tonnen CO₂e). (Basisjahr für die Berechnung: 2023).

CO₂-Reduktion durch den Bezug von Ökostrom



So viel CO₂ sparen wir mit 100 Prozent Ökostrom

Seit 2014 reduzieren wir unsere Treibhausgasemissionen mit dem Bezug von 100 Prozent Ökostrom. Unsere Klimabilanz zeigt, wie viel Treibhausgasemissionen wir einsparen (marktbasierter Ansatz): Im Jahr 2023 sparen wir in Scope 2 rund 80 Prozent unserer Treibhausgasemissionen über den Bezug von 100 Prozent Ökostrom ein.

Klimabilanz 2023

Gesamtaufkommen elektrische Energie:
5.071 Megawattstunden
(Scope 2, Kategorie 1)

Treibhausgasemissionen
standortbasierter Ansatz
(deutscher Strommix):
1.981 t CO₂e
(inkl. Vorkette)

Treibhausgasemissionen
marktbasierter Ansatz
(tatsächlich bezogener Strom): **48,2 t CO₂e**
(inkl. Vorkette)

Einsparung von
rund **1.933 t CO₂e**
durch Bezug von
Ökostrom (außerhalb
der Bilanzierung
ausgewiesen)

So erzeugen wir unsere Energie selbst

Auf den Dächern und an den Fassaden unserer Gebäude ist viel Platz: Wir nutzen ihn optimal für den Ausbau unserer eigenen Stromerzeugung. Schon heute können wir einen Teil unseres Energiebedarfs aus nachhaltigen Energiequellen an unserem Standort produzieren. Energie, die wir zum Beispiel für die Produktion unserer Trockenfrüchte, die Röstung unserer Kaffees oder die Versorgung unserer E-Ladestationen brauchen.



Klimaschutz am Standort in Ulm

Gesprächspartner: Markus Hiller
(Projektleiter Photovoltaikanlagen)

Lieber Herr Hiller, Sie sind seit 24 Jahren bei Seeberger und als Projektleiter unter anderem für den Ausbau der Photovoltaikanlagen zuständig. Wieso baut Seeberger eigene Anlagen zur Stromerzeugung aus erneuerbaren Quellen? Was ist die Motivation dahinter?

Markus Hiller: Unser Ziel ist es, Emissionen zu reduzieren. Das bedeutet für uns nicht nur, den Stromverbrauch zu senken, sondern auch aktiv selbst Strom zu erzeugen. Seit 2014 beziehen wir zu 100 Prozent Öko-Strom. Einen Teil davon können wir bereits aus unseren eigenen Photovoltaik-Anlagen gewinnen. Energiekosten spielen natürlich auch eine Rolle. Nachhaltigeres Wirtschaften ist dann möglich, wenn wir einen Blick darauf haben und durch unser Engagement in erneuerbare Energien auch langfristig sowohl Kosten als auch Emissionen sparen können. Die Motivation ist also vielschichtig: Es geht um die Überzeugung, dass wir als Unternehmen Verantwortung für eine nachhaltige Zukunft tragen.

Wie viel Strom wird von Seeberger bereits heute mit Solaranlagen produziert?

Markus Hiller: Seit Beginn unserer Investitionen in Photovoltaikanlagen haben wir diese stetig erweitert und optimiert. Angefangen haben wir 2015 mit einer Kapazität von 80 kW, die wir 2020 um eine 60 kW-Anlage auf den Produktionsgebäuden ergänzt haben.



Photovoltaikanlagen auf dem Hochregallager

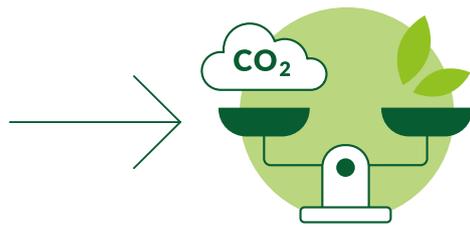
Seit 2022 haben wir das noch einmal deutlich ausgebaut: Insgesamt werden 710 kWp auf dem Hochregallager, der Genusswelt und dem Verbindungsgebäude zwischen Produktion und Verwaltung gewonnen. In Summe erreichen wir so eine Jahresleistung von 660.000 kWh – mit dieser Strommenge könnten 1.200 Vier-Personen-Haushalte versorgt werden.

Welchen Anteil der Energieversorgung übernimmt die Photovoltaikanlage im Unternehmen?

Markus Hiller: Mit den Solaranlagen produzieren wir bisher nur für unseren eigenen Energiebedarf. Die Anlage generiert so viel Strom, dass wir damit 13 Prozent unseres Verbrauchs abdecken können. Das macht eine jährliche Einsparung von knapp 400 Tonnen Emissionen.

Wie sieht es zukünftig bei der eigenen Stromherstellung aus? Sind weitere Anlagen geplant?

Markus Hiller: Unsere Strategie in Bezug auf die eigene Stromherstellung ist klar ausgerichtet: Wir setzen weiterhin auf den Ausbau erneuerbarer Energien. Bereits im Laufe dieses Jahres planen wir die Fertigstellung einer neuen Solaranlage mit einer Kapazität von 700 kW auf Produktionshalle und Hochregallager. Diese Anlage wird ein wichtiger Bestandteil unserer Energieversorgung sein und Strom für die Produktion sowie für zwei weitere Hochregallager liefern. Auch das sich derzeit in Planung befindende neue Hochregallager wird mit einer Fassaden-PV-Anlage ausgestattet, um zusätzliche Energie zu gewinnen und so noch weiter autark zu werden. Unser Ziel ist es, unsere Energieversorgung weiterhin nachhaltig und effizient zu gestalten. Dazu gehören nicht nur der Ausbau unserer Photovoltaikanlagen, sondern auch die Prüfung weiterer Möglichkeiten zur Nutzung erneuerbarer Energien und die Optimierung unseres Energiemanagements am Standort.



3 Emissionen kompensieren

Emissionen ausgleichen, die wir noch nicht einsparen können

Unser Ziel ist es, Emissionen maximal zu reduzieren. Das gelingt uns schrittweise immer besser. Dennoch entstehen auf unserem Weg Emissionen, die wir nicht vermeiden können. Mit Investitionen in ausgewählte Klimaschutzprojekte wollen wir daher an anderer Stelle einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Im Jahr 2022 und 2023 haben wir Emissionen an unserem Standort

in Ulm (Scope 1 & 2) mit zertifizierten Klimaschutzprojekten kompensiert. So unterstützten wir die Entwicklung nachhaltiger Technologien und verbesserter Lebensbedingungen in den Projektregionen. Ab 2024 gehen wir neue Wege und fokussieren uns stärker auf Klimaschutzmaßnahmen zur Emissionsreduktion.

Waldschutz ist Klimaschutz

Wälder zählen zu den wichtigsten CO₂-Speichern des Planeten. Sie sind Lebensraum einer hohen Artenvielfalt und Lebensgrundlage aller Menschen. In den letzten Jahrzehnten sind die globalen Waldflächen stark zurückgegangen. Mit dem von uns unterstützten Waldschutzprojekt in Indonesien möchten wir nicht nur mit vielen weiteren Förderern und Unterstützern sicherstellen, dass Wälder langfristig erhalten bleiben. Wir wollen außerdem zu dem für uns wichtigen Erhalt der Artenvielfalt beitragen.

Projektpartner: ClimatePartner Impact
Projektstandards: VCS (Verified Carbon Standard) und CCBS Gold Level (Climate, Community, and Biodiversity Standards)

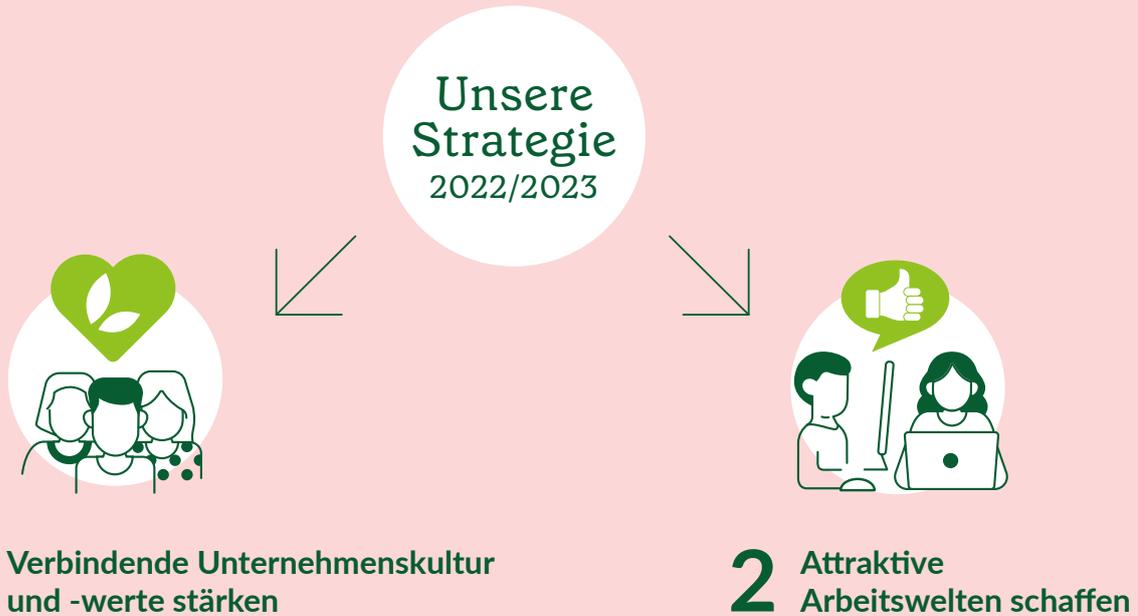
SD VISta Standard: Das Projekt wurde als Beitrag zu allen 17 SDGs der Vereinten Nationen verifiziert, verifiziert von AENOR INTERNACIONAL S.A.U



Gemeinschaft

Unsere Vision

Wir wollen ein attraktiver und gefragter Partner sein



Unsere Ziele bis 2025

1 Verbindende Unternehmenskultur und -werte stärken

- Aufbau Projekt „EIN Seeberger“ zur Stärkung unseres Gemeinschaftsgefühls. Projektziel: Ausbau des Mitarbeitenden-Programms „Seeberger Family“ inkl. Mitarbeitenden-Beteiligungsmodell
- Aufbau einer einheitlichen Führungskultur
- Leistung fördern und fordern, um gemeinsam erfolgreich zu sein

2 Attraktive Arbeitswelten schaffen

- Erarbeiten und Verabschieden der Betriebsvereinbarung „Mobiles Arbeiten“
- Aufbau einer transparenten und motivierenden Gehaltsstruktur
- Aufbau Arbeitsgruppe „New Work“ zum Schwerpunktthema Vernetzung und Kooperation

Wir orientieren uns an folgenden SDGs:



Wie leben wir „Gemeinschaft“?

Wenn wir von Gemeinschaft sprechen, dann meinen wir alle Menschen, die mit und für Seeberger arbeiten. Ohne sie und ihren ganz eigenen „Seeberger-Spirit“ wäre unser Erfolg nicht möglich. Was uns verbindet, neben einem kompromisslosen Qualitätsverständnis für unsere einzigartigen Naturprodukte, ist unser wertebasiertes Zusammenarbeiten.

Das ist unsere Tradition und es ist unsere Zukunft bei Seeberger. Umso mehr, weil unsere Gemeinschaft schnell wächst und wir auch bewegte Zeiten zusammen meistern müssen. Dafür setzen wir uns gemeinsam Ziele und einen Rahmen, der die hohe Bedeutung unserer Seeberger Gemeinschaft wertschätzt und ihr gerecht wird.



Gemeinschaft: Unsere Highlights 2022 und 2023

- Starke Wertegemeinschaft: Verabschiedung neuer Unternehmenswerte
- New Leadership: Aufbau unseres modernen Führungsansatzes
- „EIN Seeberger“: Einheitliche Benefits für die ganze Seeberger Gemeinschaft. Ausbau ortsunabhängiger Work-Life-Balance-Angebote für alle Seeberger Angestellten im Mitarbeitenden-Programm „Seeberger Family“
- Gemeinschaft leben und erleben: Feierliche Einweihung der „Seeberger Genusswelt“ als zukünftigem Erlebnismittelpunkt für die Seeberger Gemeinschaft und ihre Gäste
- Verabschiedung der Betriebsvereinbarung „Mobiles Arbeiten“
- Arbeitsgruppe New Work: Ausbau interner Kommunikationsplattformen und -foren für bereichsübergreifenden Wissensaustausch und Vernetzung



Ein Ausblick bis 2025

- Ausbau einer einheitlichen Führungs- und Verantwortungskultur
- Stärkung der interdisziplinären Zusammenarbeit im Unternehmen durch Veränderungen der Organisationsstruktur
- Regelmäßige „Welcome Days“ als Einführungstag für neue Mitarbeitende
- Initiative „Neue Unternehmenskultur“

Arbeiten bei Seeberger in Zahlen

	2022	2023
Betriebszugehörigkeit Ø Jahre	9,6	9,0
Durchschnittsalter	42,6	42,7
Anzahl Staatsangehörigkeiten	35	33
Frauenanteil gesamt	41,7%	42,0%
Männeranteil gesamt	58,3%	58,0%
Ausbildungs- und Studiengänge	13	13
Krankheitsquote % (bei 250 Arbeitstagen)	7,97%	7,49%
Krankheitsquote Tage	19,9	18,7
Frauenanteil Geschäftsleitung	17%	17%
Frauenanteil 1. Berichtsebene	35,59%	34%
Frauenanteil mit Führungsverantwortung	26,53%	30%
Fluktuation gesamt	10,23%	12,24%
Fluktuation ohne natürliche Fluktuation	8,63%	10,92%



männlich		
Vollzeit	557	580
Teilzeit	30	33
unbefristet	535	545
befristet	22	41
Azubis	30	27
Gesamt	587	613

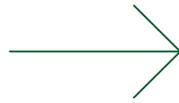


weiblich		
Vollzeit	275	290
Teilzeit	145	153
unbefristet	391	387
befristet	19	45
Azubis	10	11
Gesamt	420	443

Gesamtzahl Mitarbeiter	1007	1056
-------------------------------	-------------	-------------

Erhöhte Fluktuation, was sind die Gründe?

Ab 2021 steigt unsere Mitarbeitenden-Fluktuation von 6,3 auf 10,6 Prozent. Grund zur Sorge? Schauen wir auf die Ursachen: Bei der Berechnung der Quote ab 2021 betrachten wir erstmals alle GmbHs, also neben Seeberger auch unsere Unternehmen „Seeberger Genusswelt“ und „Seeberger Professional“. So spiegelt die höhere Quote einerseits die grundsätzlich höhere Fluktuation in der Gastronomie wider. Zusätzlich fließen zum ersten Mal regionale Faktoren in die Berechnungen ein, denn wir schauen nicht nur auf Mitarbeitende in Ulm, sondern deutschlandweit. Was können wir tun? Wir wollen ein attraktiver Arbeitgeber sein: Deshalb gestalten wir gemeinsam, unabhängig von diesen faktischen Einflussfaktoren, Seeberger als wertorientiertes, modernes und attraktives Unternehmen.



1 Verbindende Unternehmenskultur und -werte stärken

Starke Werte für eine starke Gemeinschaft

Die Zahlen zeigen es deutlich: Seeberger wächst. So erfolgreich wachsen wir als Gesamtunternehmen allerdings nur gemeinsam. Arbeiten in der Seeberger Gemeinschaft, das bedeutet ein unterstützendes, menschliches und verantwortungsbewusstes Miteinander. Unsere Arbeitswelt gestalten wir zusammen, engagiert, wertschätzend und das über die drei Seeberger-Unternehmen hinweg. Kompass und Leitlinie dafür sind unsere Unternehmenswerte und Überzeugungen. Sie sind die sichere und zuverlässige Basis für genau die Anpassungsfähigkeit und Flexibilität, die wir heute brauchen, um uns kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Die neuen Seeberger Unternehmenswerte

Qualitätsbewusstsein



Beste Qualität für besten Geschmack

Die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen ist, was uns ausmacht. Dafür gewährleisten wir vom Anbau unserer Rohwaren über ihren Transport und ihre Verarbeitung, dass nur das allerbeste Produkt in den Einkaufskorb kommt. Diese besondere Seeberger Qualität erfüllt uns mit Stolz. Sie treibt uns an und sie unterscheidet uns.

Verantwortung



Für Mensch und Natur

Die Verpflichtung zu verantwortungsvollem Handeln ist tief in unserem Unternehmen verwurzelt. Wir übernehmen Verantwortung für nachhaltigen Anbau und die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen in den Ursprungsländern unserer Naturprodukte. Wir setzen uns für einen schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen und für das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden ein. So tragen wir bei, die Erde auch für zukünftige Generationen lebenswert zu erhalten.

Wertschätzung



Für ein respektvolles Miteinander

Wertschätzung ist das Fundament unseres Miteinanders. Sie ist unser Erfolgsrezept. Wir begegnen uns auf Augenhöhe und können aufeinander zählen. Der Einsatz und das Wissen aller Menschen bei Seeberger sind entscheidend. Das gilt auch für unsere Partner in über 40 Ländern. Wir begegnen ihnen mit Toleranz und Offenheit, denn wir wissen: Die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit von Menschen mit unterschiedlichen Sichtweisen machen unser Unternehmen und unsere Produkte noch besser.

Tatkraft



Der Zukunft mit Optimismus begegnen

Wir bei Seeberger begegnen den Aufgaben der Zukunft mit Tatkraft. Wir gehen voran und blicken mit Optimismus in die Zukunft. Unsere Wurzeln und Werte verlieren wir nie aus dem Blick – im Gegenteil, sie leiten uns. Unsere Geschichte ist von Pionieren und ihren mutigen Entscheidungen geprägt. Von jenen, die Veränderung als Chance begreifen. Wir sind und wir suchen Menschen, die neugierig sind. Die es wagen, Bestehendes zu hinterfragen und neu zu denken. Zupacken und sich kümmern, Themen und Ideen entschlossen voranzutreiben, das gehört zum Kern unserer Identität.



Zukunftsfähig, respektvoll, innovativ

Interview mit Sabrina Ring (Seeberger Personalleitung) zum Thema „New Leadership“ bei Seeberger

Sabrina Ring arbeitet seit über 14 Jahren im HR-Bereich (Human Resources/ Personalwesen) bei Seeberger. Sie hat einen Abschluss in Sozialmanagement und einen Master of Business Administration (MBA). Zusätzlich hat Sie ihre sozialen Kompetenzen mit der Qualifikation als „systemischer Coach & Prozessberater“ erweitert. Als Personalleiterin treibt sie die leidenschaftliche Überzeugung an, dass Mitarbeitende das Herzstück des Unternehmens sind. Ihr Ziel und ihre größte Motivation besteht darin, sie zu Mitgestalterinnen und Mitgestaltern in einer sich ständig verändernden Arbeitswelt zu machen.

Liebe Frau Ring, Sie sind bereits seit über 14 Jahren bei Seeberger im HR-Bereich tätig. Was macht für Sie die Unternehmenskultur aus?

Sabrina Ring: Unser Ziel war schon immer, eine Kultur zu schaffen, in der sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wertgeschätzt und unterstützt fühlen. Wir setzen darauf, dass jeder Einzelne die Möglichkeit hat, aktiv mitzuwirken und das Unternehmen mitzugestalten. So entsteht ein Umfeld, in dem Ideen willkommen sind und alle zum Erfolg beitragen können.

Aus dieser Unternehmenskultur hat sich das Projekt „New Leadership“ entwickelt. Welche Vision hat der neue Ansatz?

Sabrina Ring: „New Leadership“ ist ein moderner Führungsansatz, der über traditionelle Hierarchien hinausgeht. Es geht darum, eine Kultur des kontinuierlichen Lernens und damit auch Raum für Entwicklung zu schaffen. Dazu gehört auch, dass wir Fehler als Chancen zur Verbesserung und nicht als Misserfolge sehen. Wir sind fest davon überzeugt, dass dieser Ansatz die besten Voraussetzungen schafft, um eine Atmosphäre des Vertrauens und der Wertschätzung zu schaffen. Indem wir Verantwortung abgeben und die Mitarbeitenden ermutigen, selbstständig Entscheidungen zu treffen, fördern wir Innovationen und eine zukunftsorientierte Arbeitsumgebung.

Wie wird New Leadership in Zukunft bei Seeberger praktisch umgesetzt?

Sabrina Ring: Wir setzen auf interaktive und kooperative Workshops, die unsere Führungskräfte aktiv mitgestalten. Dabei ist uns wichtig, mit echten Szenarien aus unserem Arbeitsalltag zu arbeiten, um praxisnahe und relevante Lernerfahrungen zu bieten. Das ist nicht nur Theorie, sondern Hands-on.

Was sind die Herausforderungen des Führungsansatzes?

Sabrina Ring: „New Leadership“ erfordert viel Agilität und Flexibilität nach innen wie nach außen. Wir müssen schnell auf sich ändernde Marktbedingungen und Kundenbedürfnisse reagieren. Unsere Prozesse und Strukturen passen wir daher regelmäßig proaktiv an. Flexible Arbeitsmodelle wie Homeoffice und Teilzeit helfen uns, die Work-Life-Balance unserer Mitarbeitenden zu fördern.

Wie ist dabei die Rolle der Führungskräfte?

Sabrina Ring: Unser Anspruch ist es, starre hierarchische Strukturen zu überwinden und ein Netzwerk von selbstregulierenden Teams zu fördern. Unsere Führungskräfte agieren hier als Katalysatoren, die Transparenz und Zusammenarbeit innerhalb des gesamten Unternehmens fördern. Sie stärken die Arbeit im Team und begegnen den Mitarbeitenden auf Augenhöhe.

Wie kann man New Leadership unter Nachhaltigkeitsaspekten sehen?

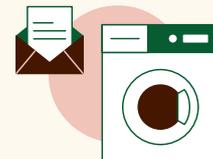
Sabrina Ring: Nachhaltigkeit ist bei Seeberger nicht nur ein Schlagwort, sondern tief in unserer Unternehmensstrategie verankert. Entscheidungen werden im Hinblick auf eine langfristige Balance aus wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit, sozialer Gerechtigkeit und ökologischer Verantwortung ausgerichtet. Unser „New Leadership“-Ansatz trägt dazu bei, eine Unternehmenskultur zu fördern, die zukunftsfähig, respektvoll und innovativ ist und sowohl unsere Mitarbeitenden als auch die Umwelt wertschätzt. Unsere Führungskräfte haben hier eine Vorbildfunktion. Denn Nachhaltigkeit spielt nicht nur bei unseren Produkten eine tragende Rolle, sondern auch bei unseren Führungsprinzipien: Umwelt- und Sozialaspekte fließen in alle unsere Entscheidungen ein. Bei Seeberger gehen „New Leadership“ und Nachhaltigkeit Hand in Hand.



Die Gemeinschaft stark machen: „Seeberger Family“ und „EIN Seeberger“

Wir bieten unserer Gemeinschaft viel. Zum Beispiel unser Programm „Seeberger Family“, ein umfangreiches Benefit-Paket mit zahlreichen Gesundheitsleistungen, Work-Life-Balance- und Weiterbildungsangeboten. Im Rahmen unseres Projekts „EIN Seeberger“ haben wir diese und viele weitere Angebote so ausgebaut, dass alle Mitarbeitenden der drei Seeberger Unternehmen von jedem Ort daran teilnehmen und teilhaben können. „EIN Seeberger“ umfasst unseren internen Prozess, alle Mitarbeitenden der drei GmbHs unter das Dach der Seeberger Gemeinschaft zu holen. Dazu gehören, neben dem Ausbau von Seeberger Family, auch Möglichkeiten der Arbeitszeitgestaltung, der persönlichen Entwicklung sowie die Angleichung von Tarif- und Gehaltsstrukturen.

Benefits bei Seeberger: Ausbau „Seeberger Family“



Das ist neu:

Angebot zur Nutzung von über 6.000 Sport- und Wellness-einrichtungen bundesweit

Kooperation mit bundesweitem Netzwerk für Weiterbildung & Work-Life Balance
Angebote wie:

- Teamentwicklungs- und Führungskräfte-Seminare
- Lebenslanges Coaching durch unabhängige Experten bei persönlichen Herausforderungen, Konflikten und Fragestellungen
- Online-Vermittlung individuelle Kinderbetreuung und Elternberatung
- Pflegeberatung und -vermittlung
- Umfangreiches Wissensportal zu Themen der Balance, Gesundheit, Pflege und vieles mehr



Seeberger Benefits: weitere Beispiele

Individuelle Mobilitätsangebote

Mental Health & Gesundheitsfürsorge:
Psychosomatische Sprechstunde mit professioneller Unterstützung in psychischen Krisen

Reinigungs- und Postservice

Und natürlich unser Genusswelt-Betriebsrestaurant mit frisch zubereiteter, regionaler Küche, unsere Cafés mit kostenfreien Café- und Teespezialitäten und unser Seeberger Genussmarkt mit Personalrabatten.

Weitere Informationen auf unserer Website unter <https://gruppe.seeberger.de/de/karriere/>



„Ein Ort der Begegnung“: Die Seeberger Genusswelt

Gespräch mit Yvonne Doll und Joachim Mann
(Geschäftsführung Seeberger Genusswelt)



Yvonne Doll und Joachim Mann

Liebe Frau Doll, lieber Herr Mann, Sie arbeiten seit über 20 Jahren bei Seeberger und haben in dieser Zeit verschiedene Bereiche des Unternehmens kennengelernt. Nun sind Sie beide in der Geschäftsführung der Seeberger Genusswelt. Was ist für Sie das Besondere an diesem Ort?

Yvonne Doll: Die Entstehung der Genusswelt war ein mehrjähriger Prozess mit einer intensiven Planungsphase. Nach und nach wurden die Büros bezogen, der Shop und das Café eröffnet und schließlich auch die Restaurants. Wir wollten einen ganz besonderen Begegnungsort schaffen – für unsere Mitarbeitenden und für interessierte Besucherinnen und Besucher von außerhalb.

Joachim Mann: Unsere Motivation war es, einen Ort zu schaffen, der zu Seeberger passt, unseren Werten entspricht und an dem das Unternehmen positiv wahrgenommen wird. Wir wollten keinen anonymen Markentempel, sondern eine echte Begegnungsstätte. Die Genusswelt ist nicht nur ein zentraler Treffpunkt mit Café und Restaurants, sondern auch ein beliebter Veranstaltungs- und Tagungsort.

Yvonne Doll: Das Besondere an der Genusswelt ist, dass sie als Treffpunkt für die unterschiedlichsten Menschen



Beliebt und frisch: das Angebot in der Seeberger Genusswelt

dient. Vom Außendienstmitarbeiter, der im Restaurant seine Mittagspause verbringt, über Radfahrer, die bei uns kurz verschnauften, bis hin zu Familien aus der Region, die sich bei uns auf einen leckeren Cappuccino treffen. Auch Veranstaltungen wie der „Muttertags-Brunch“ oder das „Valentinstags-Dinner“ werden sehr gut angenommen. Dies zeigt, wie stark Seeberger in der Region verwurzelt ist.

Joachim Mann: Besonders stolz sind wir darauf, dass die Seeberger Genusswelt für unsere Mitarbeitenden ein Ort der Erholung und des Austauschs ist. Hier finden die Teams unserer Fachbereiche einen passenden Rahmen für interne Veranstaltungen wie Workshops, zum Beispiel zum Thema New Work, oder Abteilungsevents wie Kochkurse in unserer Kochschule. Wie die gesamte Genusswelt bietet unser Mitarbeitenden-Restaurant ein hochwertiges, täglich frisch selbstgekochtes Angebot von Fleisch bis vegetarisch aus regionalen Produkten. Man merkt, wie wohl sich hier alle fühlen!

Yvonne Doll: Es ist uns wichtig, dass die Genusswelt unser Engagement für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung widerspiegelt. Wie im gesamten Unternehmen nutzen wir auch in der Genusswelt zu 100 Prozent Ökostrom. Unsere Zulieferbetriebe wie Bäckerei, Metzgerei, Gemüsehof und Molkerei sind kleine Familienunternehmen aus der

Umgebung in maximal 30 km Entfernung. Dass wir Lebensmittelverluste absolut minimal halten, versteht sich von selbst. Wir setzen also auf regionale und fair gehandelte Produkte und achten darauf, unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren, zum Beispiel durch kurze Anlieferungswege. Unsere Partnerschaften vor Ort sind uns wichtig. All diese Faktoren gehen Hand in Hand.

Joachim Mann: In Zukunft wollen wir unseren Besucherinnen und Besuchern noch mehr bieten. Es wird tiefere Führungen geben, damit alle Interessierten noch intensiver in die Seeberger Welt eintauchen können. Auch

die Erlebniswelt, in der unsere Gäste zum Beispiel unsere Seeberger Werte kennen lernen können, wird erweitert. Außerdem wollen wir unseren Veranstaltungsbereich kontinuierlich ausbauen: Tagungen, interne Veranstaltungen, Kochkurse und Kaffeeseminare finden bereits großen Zuspruch und unser Team hat noch viele weitere Ideen.

Yvonne Doll: Die Genusswelt soll ein Ort bleiben, an dem man sich begegnet, sich austauscht und zusammenkommt – immer im Einklang mit den Werten von Seeberger und mit einem starken Fokus auf Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung.



Seeberger Erlebniswelt: Unsere Werte erleben und begreifen.

Sommerfest zur Eröffnung der Seeberger Genusswelt



Wegen der Corona-Pandemie mussten wir die lang geplante, große und feierliche Eröffnung der neuen Seeberger Genusswelt verschieben. Mit einem tollen Sommerfest haben wir das 2022 nachgeholt, gemeinsam die Seeberger Genusswelten erkundet und endlich wieder eine schöne Zeit mit Kolleginnen und Kollegen genossen.



2 Attraktive Arbeitswelten schaffen



Unsere Gemeinschaft ist vielfältig. Und auch ihre Arbeitsplätze und Aufgaben sind sehr unterschiedlich. So unterschiedlich wie ihre Erwartungen und Ansprüche an attraktive Arbeitswelten. Wie also gestalten wir attraktive Arbeitswelten für alle Seeberger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter? Neben zeitgemäßen, inspirierenden und sicheren Arbeitsumgebungen denken wir, dass Eigenverantwortung, Kreativität und Selbstbestimmung Schlüsselfaktoren optimaler Arbeitsbedingungen sind. Dafür wollen wir an jedem Arbeitsort die besten Voraussetzungen schaffen. Denn wir wissen: Jede und jeder von uns leistet einen bedeutenden Beitrag zu unserer gemeinsamen Seeberger Erfolgsgeschichte.

Verabschiedet: Unsere Betriebsvereinbarung „Mobiles Arbeiten“



Mobiles Arbeiten ist bei Seeberger bestehende Praxis. Mit unserer neuen Betriebsvereinbarung geben wir dieser Praxis eine Form und setzen ihr einen offiziellen Rahmen. Sie gilt für alle Seeberger GmbHs und zielt darauf ab, die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu verbessern. Mit dieser Vereinbarung gewährleisten wir Flexibilität, Ausgewogenheit und Transparenz in der Arbeitsgestaltung. Wir regeln Grundsätzliches, aber auch Ausnahmesituationen wie beispielsweise Krisenzeiten. Mobiles Arbeiten muss nicht zwangsläufig im Homeoffice stattfinden, es ist freiwillig und ohne Anspruch auf Umsetzung. Das bedeutet auch, dass unsere Mitarbeitenden Anspruch auf einen Arbeitsplatz im Betrieb haben.



Das NewWork-Kernteam:
Isabell Kiecke, Christian Thieme,
Benjamin Hänle, Sabine Bernsau,
Julia Herrmann und Katrin Sanna

New Work@Seeberger? Ein Ort, an dem gute Arbeit Spaß macht

Digitalisierung, hohe Entwicklungsgeschwindigkeiten, neue Werte: Auch wir spüren den nahezu täglichen Wandel der Arbeitswelt. Genau hier steigen wir mit unserem New Work@Seeberger Team ein. Denn, wer könnte attraktive Seeberger Arbeitswelten besser gestalten als wir selbst?

Unsere Themen sind vielfältig. Es geht um interne Kommunikation, um flexibles Arbeiten, um Networking und vor allem auch darum, Kolleginnen und Kollegen für unser Unternehmen zu begeistern und an uns zu binden.

Wir wissen: Attraktive Rahmenbedingungen wie Flexibilität und die Möglichkeit, sich sinn- und wirkungsvoll einzubringen sind entscheidend. Mit Unterstützung der Geschäftsführung und den verschiedenen Unternehmensbereichen gehen wir Projekte unterschiedlicher Größe und Reichweite Schritt für Schritt an. Unsere wichtigsten Werkzeuge? Networking, Dialog, Transparenz. Regelmäßig treffen wir uns bereichs- und abteilungsübergreifend zu After Work-Events oder Mittagessen, bei denen wir gemeinsam über den Tellerrand unserer Teams schauen.

Eine bedeutende Erkenntnis: Die Individualität jedes Teams und die Stärken jedes und jeder Mitarbeitenden sind wichtig. Beispielsweise sieht flexibles Arbeiten in der Verwaltung ganz anders aus als in den gewerblichen Bereichen. Wir forcieren transparente und digitale Kommunikation zum Beispiel mit Informations- und Arbeitsplattformen wie Microsoft-Teams. Unser Ziel: Wir wollen den Wandel aktiv begleiten und so unsere Teams für die neue Arbeitswelt und die damit verbundenen Chancen begeistern.

„Branchenoscar“ – Förderpreis „Goldener Zuckerhut“ für Julia Herrmann

Nur zehn Nachwuchstalente aus der Lebensmittelbranche erhalten jedes Jahr den Förderpreis der Stiftung „Goldener Zuckerhut“. Mit der Auszeichnung wird das besondere Engagement der Preisträger:innen für die Lebensmittelbranche gewürdigt. 2023 wurde Julia Herrmann mit einem der begehrten „Goldenen Zuckerhüte“ ausgezeichnet. Julia ist HR-Business-Partnerin bei Seeberger. „Mit dem Förderpreisbudget konnte ich die schon lange geplante Weiterbildung zur systemischen Organisationsentwicklerin realisieren. Seeberger ist ein dynamisches Unternehmen, es muss sich immer wieder verändern. Diese Veränderungsprozesse möchte ich professionell begleiten“.



Foto: Julia Herrmann

EIN Seeberger: Transparente und motivierende Gehaltsstruktur

Unser umfangreiches Projekt „Neubewertung Eingruppierung“ im Rahmen von „EIN Seeberger“ haben wir abgeschlossen. Hier haben wir alle vorhandenen Jobcluster innerhalb der Seeberger Professional GmbH und Seeberger Genusswelt GmbH den Lohn- und Gehaltsgruppen des Tarifvertrages Groß- und Außen-

handel Baden-Württemberg zugeordnet. So konnten alle Mitarbeitenden erstmalig einheitlich von Tarifanpassungen und Sonderzahlungen profitieren und wir haben eine unternehmensweite Eingruppierungstransparenz geschaffen.

Die Seeberger Stiftung „STERNSCHNUPPEN FÜR KINDER“



STIFTUNG
STERNSCHNUPPEN FÜR KINDER

Sie ist ein wichtiger Teil unserer Gemeinschaft: Seit 2014 hilft unsere private Seeberger Stiftung „Sternschnuppen für Kinder“ in Not geratenen Kindern und Jugendlichen auf der ganzen Welt. Schwerpunkte unserer Förderprojekte liegen in den Bereichen Landwirtschaft, Ernährung und Bildung. Finanzielle Unterstützung sowie gezielte „Hilfe zur Selbsthilfe“ soll die Menschen in die Lage versetzen, sich aus eigener Kraft dauerhaft bessere Lebensbedingungen zu schaffen. Alle Projekte sind sorgfältig ausgewählt und werden mit etablierten Projektpartnern vor Ort umgesetzt.

Aktuelle Sternschnuppen-Projekte



Foto: José David Zelada

Viele Maya-Familien im Solalá-Hochland ziehen ihre Kinder unter schwierigen Bedingungen auf. 66 Prozent der indigenen Kinder unter fünf Jahren sind chronisch unterernährt, weniger als 75 Prozent besuchen eine Vorschule. Ziele unseres Projektes sind die Ausbildung von Gesundheitspersonal, Dorfhebammen sowie Elternbildung und Ernährungsberatung.

Unser Projektpartner für Guatemala:

Vivamos Mejor, Asunción Vivamos Mejor, Panajachel



Foto: David Schöll

2018 startete unser Projektpartner „Uppahar“ in Odisha das Student Care Centre (USCC). Kinder, deren Eltern nicht in der Lage sind, sie ausreichend zu versorgen, erhalten hier regelmäßige Gesundheitsversorgung, Bildungsunterstützung und täglich eine warme Mahlzeit. Uppahar hilft mit Schulmaterial, Schuluniformen und Bustickets. So erhalten Kinder die Möglichkeit zu schulischer Bildung und dazu, dem Teufelskreis der Armut zu entkommen.

Unser Projektpartner für Indien:

Hilfswerk „UPPAHAR“



Foto: Light for the World

Inklusive Bildung in Armutsgemeinschaften: In Burkina Faso ist die Wahrscheinlichkeit nicht zur Schule zu gehen für ein Kind mit Behinderung mehr als doppelt so hoch, wie für ein Kind ohne Behinderung. Hier unterstützen wir die internationale gemeinnützige Organisation „Light for the World“. Unser Projekt ermöglicht Kindern mit Behinderung in der Provinz Kossi im Nordwesten von Burkina Faso eine hochwertige Bildung, ein selbstbestimmtes Leben sowie zusammen mit ihren Geschwistern und Freund:innen zur Schule zu gehen.

Unser Projektpartner für Burkina Faso:

„Light for the World“

Alle Projekte und weitere Informationen:
www.sternschnuppenfuerkinder.de

GRI-Index Seeberger Nachhaltigkeitsbericht 2022/2023

Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde in Anlehnung an die GRI-Standards 2016 erstellt. Die Entscheidung, weiterhin den GRI-Standard 2016 zu verwenden, erfolgte mit Blick auf die Vergleichbarkeit der Daten aus den vorherigen Berichtsjahren. Dies ermöglicht uns eine konsistente Darstellung unserer Fortschritte und Entwicklungen im Bereich der Nachhaltigkeit. Ab dem nächsten Berichtszyklus werden wir im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) berichten. Damit verbunden ist eine umfassende Umstrukturierung unseres Berichtswesens, um den neuen Anforderungen gerecht zu werden.

GRI-NR.	GRI-KURZBESCHREIBUNG	SEITE	INHALT, HINWEISE UND ERGÄNZUNGEN
GRI 102 - ALLGEMEINE ANGABEN			
Organisationsprofil			
102-1	Name der Organisation		Seeberger GmbH
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	6	Über uns. Weitere Informationen: www.seeberger-gruppe.de
102-3	Hauptsitz der Organisation		Hans-Lorenser-Straße 36, 89079 Ulm
102-4	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist		Hauptsitz in Deutschland. Vertriebsbüros in Frankreich (Paris) und im Baltikum (Riga).
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		Die Muttergesellschaft ist 100-prozentige Eigentümerin der Seebergengesellschaften und befindet sich im Familienbesitz.
102-6	Belieferte Märkte	7	Seeberger in a nutshell, Seeberger Märkte (S. 11 Nachhaltigkeitsbericht 2020/21).
102-7	Größe der Organisation	7	Über uns: Seeberger in a nutshell Gesamtzahl der Geschäftsstandorte: Hauptgeschäftsstandort/Seeberger GmbH: Hans-Lorenser-Str. 36, Ulm Seeberger Professional: Klein-Kollenburg-Straße 42, 47877 Willich Seeberger GenussWelt GmbH: Hans-Lorenser-Str. 20, 89079 Ulm Gesamtkapital: keine Angaben zur Gesamtkapitalisierung Aus Wettbewerbsgründen keine Angaben zur Menge der gelieferten Produkte und Dienstleistungen.
102-8	Angaben zu Beschäftigten	44	Gemeinschaft, Arbeiten bei Seeberger in Zahlen
102-9	Lieferkette der Organisation	22 ff.	Lieferkettenverantwortung
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		keine
102-11	Vorsorgeansatz der Organisation	7	Audits und Zertifikate
102-12	Externe Initiativen		Für die Berichterstattung wurden international anerkannte Standards wie das Greenhouse-Gas-Protokoll und die Richtlinien der Global Reporting Initiative angewendet. Zudem berichten wir seit 2016/2017 auf Basis der UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs). Seit 2015 beteiligen wir uns am Global Compact, der weltweiten Initiative der Vereinten Nationen für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Engagement im Nachhaltigkeitsbereich: Forschungsvorhaben BioVal und Initiative Holy Grail.
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen		Wichtige Mitgliedschaften, bei denen die Seeberger GmbH auf Führungsebene eine Position inne hat, an Projekten oder Arbeitsgruppen teilnimmt oder die Mitgliedschaft als strategisch betrachtet: - Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V. - Industrie- und Handelskammer Ulm - Fördergemeinschaft Baden-Württemberg - Waren-Verein der Hamburger Börse - SA2 GS1 Germany - Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. - Bundesverband Mitarbeiterbeteiligung - AGP - BDSI Bundesverband der deutschen Süßwarenindustrie e.V. und German Sweets

GRI-NR.	GRI-KURZBESCHREIBUNG	SEITE	INHALT, HINWEISE UND ERGÄNZUNGEN
Strategie			
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	4-5	Vorwort
Ehtik und Integrität			
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	8	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie
Unternehmensführung			
102-18	Führungsstruktur der Organisation		Geschäftsleitung: - Clemens Keller: Verantwortlich für Produktion und Verwaltung - Ralph Beranek: verantwortlich für das Warengeschäft - Raphael Steinberg: verantwortlich für Seeberger Professional - Gerald Lindinger: verantwortlich für Finanzen und IT - Yvonne Doll & Joachim Mann: verantwortlich für die Seeberger Genusswelt Seit 2015 ist Nachhaltigkeit in den Unternehmenszielen verankert. Seit 2022 Stabstelle Nachhaltigkeit.
Einbindung von Stakeholdern			
102-40	Liste der einbezogenen Stakeholder-Gruppen		Unsere Stakeholdergruppen: Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Verbraucher:innen, Lieferant:innen, Gesellschaft, Politik, Verbände und Initiativen
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder		Die Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder hat sich nicht verändert. Sie ist im Nachhaltigkeitsbericht 2013 beschrieben.
102-43	Ansatz für Einbindung der Stakeholder		Der Ansatz für die Einbindung der Stakeholder hat sich nicht verändert. Er ist im Nachhaltigkeitsbericht 2013 beschrieben.
102-44	Wichtige Themen und vorgebrachte Anliegen	8	Wesentlichkeitsmatrix
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
102-45	Einbezogene Unternehmenseinheiten		Von der Berichterstattung abgedeckt werden der Hauptstandort in Ulm sowie alle Tochtergesellschaften mit Sitz in Deutschland.
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	8	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie
102-47	Liste der wesentlichen Themen	8	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie
102-48	Neudarstellung von Informationen	10-11	Unsere Handlungsfelder innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie
102-49	Änderungen in der Berichterstattung	8	Weiterentwicklung des Wesentlichkeitsprozesses siehe Wesentlichkeitsmatrix
102-50	Berichtszeitraum		01.01.2022 bis zum 31.12.2023
102-51	Veröffentlichung des letzten Berichts		10.10.2022
102-52	Berichtszyklus		2-jährig
102-53	Kontaktstelle für Fragen bezüglich des Berichts		Isabell Schäfer, Nachhaltigkeitsbeauftragte, nachhaltigkeit@seeberger.de
102-54	Die von der Organisation gewählte "In Übereinstimmung"-Option		Dieser Bericht wurde in Anlehnung an den GRI-Standard 2016 erstellt
102-56	Externe Prüfung		Externe Erstellung der Klimabilanz, ohne Erstellung eines Prüfberichts
GRI 103 MANAGEMENTANSATZ			
103-1-3	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	10-11	Unsere vier Handlungsfelder
GRI 200 ÖKONOMIE			
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	6	Über uns
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden		Alle
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung		Im Rahmen des Compliance Management Systems
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		keine
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung		keine

GRI-NR.	GRI-KURZBESCHREIBUNG	SEITE	INHALT, HINWEISE UND ERGÄNZUNGEN
GRI 300 ÖKOLOGIE			
Materialien			
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen		kein Datenmaterial vorhanden
Energie			
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	32-41	siehe Klimaschutz
302-3	Energieintensität	32-41	siehe Klimaschutz
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	32-41	siehe Klimaschutz
302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	32-41	siehe Klimaschutz
Wasser und Abwasser			
303-1			Gesamtvolumen der Wasserentnahme: 100 % aus der Stadtwasserleitung keine Fremdwasserentnahme keine Wasseraufbereitung oder Grauwassernutzung
Schutzgebiete			
304-1	Eigene oder gemietete Standorte in oder angrenzend an Schutzgebiete		keine
Emissionen			
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	34-35	siehe Klimaschutz, Emissionen messen
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	34-35	siehe Klimaschutz, Emissionen messen
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	34-35	siehe Klimaschutz, Emissionen messen
305-4	Intensität der THG-Emissionen	34-35	siehe Klimaschutz, Emissionen messen
305-5	Senkung der THG-Emissionen	34-35	siehe Klimaschutz, Emissionen messen, Emissionen reduzieren
Abfall			
306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode		keine Abfallbilanz
306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen		keine
306-4	Transport von gefährlichem Abfall		keiner
Umwelt-Compliance			
307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen		Es wurden keine Bußgelder in Bezug auf Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften verhängt
Umweltbewertung der Lieferanten			
308-1	Prozentsatz an neuen Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden		100%
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	25	siehe Lieferkettenverantwortung: Das Seeberger Lieferanten-Monitoring
GRI 400 SOZIALES			
Beschäftigung			
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	44	Gemeinschaft: Arbeiten bei Seeberger in Zahlen
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden		Betriebliche Leistungen stehen auch Teilzeitkräften zu
Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis			
402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen		Nach Bedarf gemäß Betriebsverfassungsgesetz
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			
403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		ASA Arbeitssicherheitsausschuss bestehend aus 30 (2023) Personen aus den Bereichen Geschäftsleitung, Betriebsrat, Betriebsärztin, Sicherheitsingenieur, Abteilungsleiter des Betriebsbereichs sowie interne Sicherheitsbeauftragte. Seeberger family Gesundheitsangebote.

GRI-NR.	GRI-KURZBESCHREIBUNG	SEITE	INHALT, HINWEISE UND ERGÄNZUNGEN
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste		Betriebsärztin
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		Betriebsrat und ASA (Arbeitssicherheitsausschuss) und Arbeitssicherheitsbeauftragter (extern)
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		Finden regelmäßig statt
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter		Mitarbeitenden-Programm "Seeberger Family"
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen		Keine Todesfälle.
403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen		Keine Erkrankungen im Zusammenhang mit der Beschäftigung
Aus- und Weiterbildung			
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten		Training on the Job, Nachwuchsförderprogramm PEP@Seeberger, Fortbildungen in Seminaren und Workshops
Diversität und Chancengleichheit			
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	44	Arbeiten bei Seeberger in Zahlen
405-2	Verhältnis des Gehalts von Männern und Frauen		Für die Höhe des Grundgehalts und übertariflicher Zulagen sind die Mitarbeiterkategorie, Aufgabentätigkeit und Anzahl der Berufsjahre ausschlaggebend. Frauen und Männer werden gleich behandelt.
Nichtdiskriminierung			
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		keine
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen			
407-1	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte		Wird im Rahmen des Lieferantenmonitorings abgefragt und bei Besuchen vor Ort überprüft.
Kinder- und Zwangsarbeit			
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit		Wird im Rahmen des Lieferantenmonitorings abgefragt und bei Besuchen vor Ort überprüft.
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit		Wird im Rahmen des Lieferantenmonitorings abgefragt und bei Besuchen vor Ort überprüft.
Menschenrechte			
412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde		Anlassbezogene Überprüfung als Teil des Lieferantenmonitorings
Soziale Bewertung der Lieferanten			
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden		100%
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen		Lieferantenmonitoring, Entwicklung Nachhaltigkeitsindex Food-Lieferanten
Politische Einflussnahme			
415-1	Parteispenden		keine
Kundengesundheit und Kundensicherheit			
416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit		keine
417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungs-informationen und der Kennzeichnung		keine
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten		keine
Sozioökonomische Compliance			
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		keine



Kontakt

Wir freuen uns auf Ihre Gedanken
und einen konstruktiven Dialog.
Sie erreichen uns per E-Mail unter:
nachhaltigkeit@seeberger.de

Der Umschlag dieses Nachhaltigkeitsberichts wurde mit dem **FSC-zertifizierten** Papier Crush der Firma Römerturm gestaltet – ein Papier mit alternativem Rohstoff aus Trauben. Bei der Verarbeitung fallen Nebenprodukte an, die oft als Abfall entsorgt werden. Zu feinem Pulver mikronisiert und im nachhaltigen und ökologischen Papier Crush kreativ weiterverarbeitet, erhalten sie so eine nachhaltige Verwendung.

Aus bis zu **15%** Trauben-Abfallprodukt

Rest aus Frischfaserzellstoff

40% Altpapier

Das Papier für die Innenseiten des Berichtes ist aus **100% Altpapier** sowie **FSC- und Blauer Engel** zertifiziert.

Impressum

Herausgeber:
Seeberger GmbH
Hans-Lorenser-Straße 36
D-89079 Ulm

Telefon: +49 (0)731 4093-0
E-Mail: info@seeberger.de
www.seeberger-gruppe.de
E-Mail: nachhaltigkeit@seeberger.de

Redaktion:
Isabell Schäfer, Miriam Pabst,
Sabine Jörg und Bettina Stein

Layout:
Hanschur Gestaltung

