

**NACHHALTIG
KEITS
BERICHT
20 | 21**



**ÜBER UNS
HINAUSWACHSEN
AUS LIEBE ZU
MENSCH UND NATUR.**

SEEBERGER

VORWORT
06

UNSER
UNTERNEHMEN
08

NATURWELT -
UNSERE NACHHALTIG-
KEITSSTRATEGIE
12

09 TRADITION & ZUKUNFT

10 SEEBERGER
UNTERNEHMENSGRUPPE
AUF EINEN BLICK

UNSERE VIER
HANDLUNGSFELDER

16|17

GRI-INDEX

80|81

KONTAKT &
IMPRESSUM

82

18

KREISLAUFWIRTSCHAFT



40

LIEFERKETTENVERANTWORTUNG



56

KLIMASCHUTZ



68

GEMEINSCHAFT



Liebe Leserin und lieber Leser

Dieser Nachhaltigkeitsbericht berichtet von einer Zeit des „über sich Hinauswachsens“. Die Corona-Pandemie hat unseren Arbeitsalltag in Hochgeschwindigkeit verändert. Gewohnte Arbeitsabläufe? Mussten wir von heute auf morgen über Bord werfen. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter, von den Plantagen im Ursprung, bis zu jedem Arbeitsplatz an unseren Seeberger-Standorten, war betroffen.

Wir haben unsere Arbeitsorte umgebaut, sind aus Büros aus- und ins Homeoffice eingezogen. Wir haben Arbeitszeiten angepasst, unsere Kommunikation verändert, Regeln für die Videotelefonie entworfen und befolgt, unsere Gewohnheiten und Routinen verlassen. Wir haben in der allerschnellsten Zeit Lösungen für eine bisher nicht gekannte Herausforderung gefunden.

Gemeinsam haben wir diese Krise gemeistert. Das war nicht leicht – es hat viel Kraft gekostet. Es wurde möglich, weil jede und jeder von uns einzigartigen Einsatz gezeigt hat. Dafür möchten wir uns noch einmal bei allen „Seeberger:innen“ ausdrücklich und von Herzen bedanken.

UNSER VERSPRECHEN

»FOR A BETTER PLANET«

In der Corona-Krise haben wir gelernt, dass wir über uns hinauswachsen können. Doch sie hat uns auch ausgebremst. Zum Beispiel bei wichtigen Nachhaltigkeitsthemen der Seeberger-Lieferkette. Denn zu unseren Lieferpartner:innen im Ursprung reisen, das konnten wir nicht. Für ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit ist jedoch nichts so wichtig wie das persönliche Gespräch vor Ort.

Sie sehen es täglich selbst: Der Klimawandel verändert die Erde. Auch bei uns ist er angekommen, mit rekordheißen Sommertagen, Dürren in ganzen Landstrichen auf Äckern und Feldern und gefährlich trockenen Wäldern. Was können wir tun?

Vielleicht erinnern Sie sich: In unserem letzten Nachhaltigkeitsbericht haben wir ein Versprechen gegeben. Es steht auf vielen unserer Verpackungen: „For a better planet“. Dort haben wir auch beschrieben, wie wir dieses Versprechen einlösen wollen. Denn unsere Kund:innen erwarten in jeder Seeberger-Verpackung nicht nur „ein Stück Natur“ von bester Qualität – sondern mehr.

Seeberger Produkte sind Produkte aus der Natur. Die fruchtbaren Böden, auf denen sie wachsen zu erhalten, liegt in unserer Verantwortung. Unsere Philosophie verpflichtet uns zu einem Umgang mit Ressourcen im Ursprung, der es noch vielen Generationen ermöglichen soll, dort erstklassige natürliche Produkte zu ernten.

NACHHALTIGE VERPACKUNG? FÜR UNS AUCH EINE FRAGE DER FORSCHUNG

Vieles von unserem Versprechen konnten wir einlösen: Immer mehr Seeberger Verpackungen zeigen unser Logo "For a better planet" mit schützenden Händen um Blatt und Erdkugel. Wir reduzieren Verpackungsmaterial und verändern dessen Zusammensetzung für mehr Recyclingfähigkeit. Und wir forschen nach alternativen, nachhaltigen Verpackungslösungen mit spannenden Partnerschaftsprojekten wie der „Holy Grail Initiative“. Unser Ziel ist die perfekte Kreislaufwirtschaft. Ehrgeizig? Auf jeden Fall. Lesen Sie mehr darüber im Kapitel „Kreislaufwirtschaft“ (siehe Seite 18 ff.). Die Auswirkungen des Klimawandels sind immer deutlicher zu spüren. Umso wichtiger ist es, dass wir unsere Emissionen relativ senken konnten. Mehr Informationen dazu finden Sie



CLEMENS KELLER



RALPH BERANEK



GERALD LINDINGER



RAPHAEL STEINBERG

EIGENTLICH FÜR UNS KEINE HERAUSFORDERUNG: DAS LIEFERKETTENSORGFALTS- PFLICHTENGESETZ

im Kapitel „Klimaschutz“ (siehe Seite 56 ff.). Wir sagen: Nachhaltigkeit ist bei Seeberger tief verwurzelt – und das seit über 175 Jahren. Doch unsere Lieferketten heute sind hochkomplex und anfälliger, während die Ansprüche unserer Kund:innen steigen. Und das ist gut so! Denn diesen Ansprüchen wollen wir selbstverständlich gerecht werden und daran wachsen.

Neben der hohen Erwartung an unsere Produktqualität, wollen Kund:innen wissen, dass sie im Einklang mit Menschenrechten und Umweltschutz hergestellt werden. Das sind Bedingungen, die wir mit unseren Lieferant:innen schon lange vereinbaren. Dennoch steht die konkrete Umsetzung aller offenen Aufgaben zur Erfüllung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) ganz oben auf unserer Themenliste.

Obwohl wir wegen unserer Unternehmensgröße vom LkSG nicht betroffen sind, wollen wir dessen Bedingungen voll erfüllen. Viele Weichen sind schon gestellt. Wie wir die verbleibenden Aufgaben angehen, lesen Sie im Kapitel „Lieferkettenverantwortung“ (siehe Seite 40 ff.).

Wie wir einen Kulturwandel angestoßen haben, der die positiven Impulse für zeitgemäße und attraktive Arbeitswelten aus der Corona-Pandemie aufgreift, das beschreiben wir in unserem Kapitel „Gemeinschaft“

DIE »SEEBERGER:INNEN«! WIR SIND EINE STARKE GEMEINSCHAFT

(siehe Seite 68 ff.). In den letzten Jahren haben wir über Firmenzukäufe viele neue Kolleg:innen dazu gewonnen. Wir berichten Ihnen auch davon, wie wir den Strukturprozess für eine neue Seeberger-Gemeinschaftskultur gestartet haben.

Was uns motiviert und Mut macht? Megatrends wie gesunde und nachhaltige Ernährung sind, gerade wegen der Pandemie, mitten in der Gesellschaft angekommen. Wir sehen es an unseren Verkaufszahlen: Die Menschen wünschen sich hochwertige, natürliche Nahrungsmittel, denen sie vertrauen können: Unsere Naturprodukte! Diesem Vertrauen wollen wir weiter gerecht werden. Das gilt übrigens nicht nur für unsere Kund:innen. Es gilt auch für unsere vielen „Seeberger:innen“, die an allen Standorten und in allen Lieferländern unsere tollen Produkte erst möglich machen.

Dafür setzen wir weiterhin auf Mut, Motivation und auf unsere starke Seeberger-Gemeinschaft.

*Viel Freude beim Lesen wünschen Ihnen
Clemens Keller, Ralph Beranek,
Raphael Steinberg, Gerald Lindinger*



UNSER UNTERNEHMEN



TRADITION & ZUKUNFT

1844

GRÜNDUNG DURCH CHRISTOPH SEEBERGER

Die Seeberger Erfolgsgeschichte entspringt an der Donau: in Ulm. Dort eröffnet Christoph Seeberger einen Kolonialwarenhandel in der Pfluggasse. Als ehemalige freie Reichsstadt liegt Ulm ideal an den alten Handelswegen und gilt als sichere, international geprägte Handelsstadt.



1983

BETRIEBSVERLAGERUNG INS INDUSTRIEGEBIET DONAUTAL

Seeberger zieht zurück nach Ulm. Im Industriegebiet Donautal findet die Firma ausreichende Flächen zur Erweiterung für das starke Wachstum.

1984

MITARBEITER-BETEILIGUNGSMODELL

Als eines der ersten Unternehmen in Deutschland führt Seeberger das innovative Mitarbeiter-Beteiligungsmodell ein. Die Mitarbeiter sind seitdem am Unternehmenserfolg und -kapital beteiligt. Sie sind dadurch Teilhaber des Unternehmens.

2001

EINTRITT CLEMENS KELLER

Mit Clemens Keller, dem Neffen von Dr. Julius Rohm, tritt die dritte Inhabergeneration in die Firma ein.



2004

160-JÄHRIGES JUBILÄUM

Ein bewegendes Jahr: Einerseits feiert Seeberger sein 160-jähriges Jubiläum und eine hochmoderne Kaffeerösterei-Anlage geht in Betrieb. Aber die Firma trauert auch um Julius Rohm sen., der mit 91 Jahren verstirbt.

2010

GRÜNDUNG VON SEEBERGER FAMILY

Alexandra Keller, Ehefrau von Clemens Keller, bündelt die zahlreichen Aktivitäten zugunsten der Mitarbeiter unter dem Dach von Seeberger family: „Wir wertschätzen unsere Mitarbeiter:innen und bieten ihnen ein familiäres Umfeld außerhalb von Lohn und Gehalt“.

2010/2011

NEUER MARKENAUFTRITT

Neues Jahrzehnt, neuer Markenauftritt. Das Erscheinungsbild von Seeberger wird in beiden Geschäftsbereichen komplett neu gestaltet und von Kunden wie auch Konsument:innen mit Begeisterung angenommen.

2013

1. NACHHALTIGKEITSBERICHT & NEUES HOCHREGALLAGER

Die schon immer gelebte Nachhaltigkeit wird explizit als fester Bestandteil der Unternehmensstrategie verankert und mit der ersten Ausgabe des Nachhaltigkeitsberichtes dokumentiert. Seither berichtet Seeberger alle zwei Jahre über seine Fortschritte. Daneben erweitert Seeberger seinen Standort: Die größte Einzelinvestition in der Geschichte des Familienunternehmens Seeberger umfasst neben einem modernen Hochregallager mit 23.000 Palettenstellplätzen auch weitere Büroflächen und ein neues Labor auf dem bereits 2003 zugekauften Nachbargrundstück. Die imposante, rund 100 Meter lange Brücke ist das Bindeglied zwischen dem neuen Zentrallager und dem bestehenden Werk.

2014

GRÜNDUNG STIFTUNG STERNSCHNUPPEN FÜR KINDER

2014 gründen die Seeberger Gesellschafter Clemens Keller und seine Frau Alexandra die private und unabhängige Stiftung „Sternschnuppen für Kinder“. Die Stiftung entscheidet über ihre Projekte unabhängig von wirtschaftlichen Interessen. Die Stiftung hilft Kindern und Jugendlichen in schwierigen Lebensumständen in den Herkunftsländern unserer Produkte.

2015

ERWEITERUNG DES KAFFEEGESCHÄFTS UM GESCHÄFTS- UND FIRMENKUNDEN

Mit der Übernahme eines Wettbewerbers im Bereich „Office & Vending“, also die Versorgung mit Kaffee und Snacks am Arbeitsplatz, entwickelt sich Seeberger auch in diesem Geschäftsbereich von einem regionalen zu einem nationalen Anbieter.

2021

SEEBERGER GENUSSWELT IST ERÖFFNET

Das weltweit einzigartige Zentrum für Seeberger-Kunden aus den Bereichen Gastronomie, Firmenkunden sowie dem nationalen und internationalen Lebensmitteleinzelhandel öffnet seine Türen. Daneben finden auch Verbraucher:innen ein reichhaltiges Angebot: Im „Genussmarkt“ ist die komplette Auswahl aus dem umfangreichen Seeberger-Sortiment attraktiv präsentiert. Im hauseigenen Café sowie Gäste-Restaurant sorgen die Seeberger-Produkte für entspannte Genuss-Momente und auch im Mitarbeitenden-Restaurant genießt man frisch gekochte Gerichte aus der eigenen Küche.

1882

KAFFEEGROSSRÖSTEREI AM ULMER MARKTPLATZ

Kaffee wird zum Volksgetränk. Sohn Friedrich Seeberger nutzt diese Entwicklung und nimmt eine Kaffeegroßrösterei in besserer Lage am Ulmer Marktplatz in Betrieb.



1949

JULIUS ROHM ÜBERNIMMT DAS UNTERNEHMEN

Nach dem Tod von Friedrich Seeberger übernimmt Julius Rohm sen. die Geschäfte und die fünf Mitarbeiter. Sein erster und goldrichtiger Schritt: Der erfahrene Kaufmann für Import und Export belebt die Kaffeerösterei.

1952

FOKUSSIERUNG

Die Firma zieht in die Magirusstraße um und gibt den Lebensmittelgroßhandel auf. Der Fokus liegt nun ausschließlich auf dem Import von Kaffee, Trockenfrüchten und Nüssen. Die Spezialisierung in beiden Geschäftsbereichen auf die Spitzenqualitäten des Weltmarkts ist die Basis für die stetige Expansion.

1975

EINTRITT DR. JULIUS ROHM

Der Volkswirt Dr. Julius Rohm, Sohn von Julius Rohm sen., tritt in die Firma ein. Ein eigenes lebensmittelchemisches Labor sowie ein modernes EDV-System setzen Akzente für eine strategische Unternehmensentwicklung.



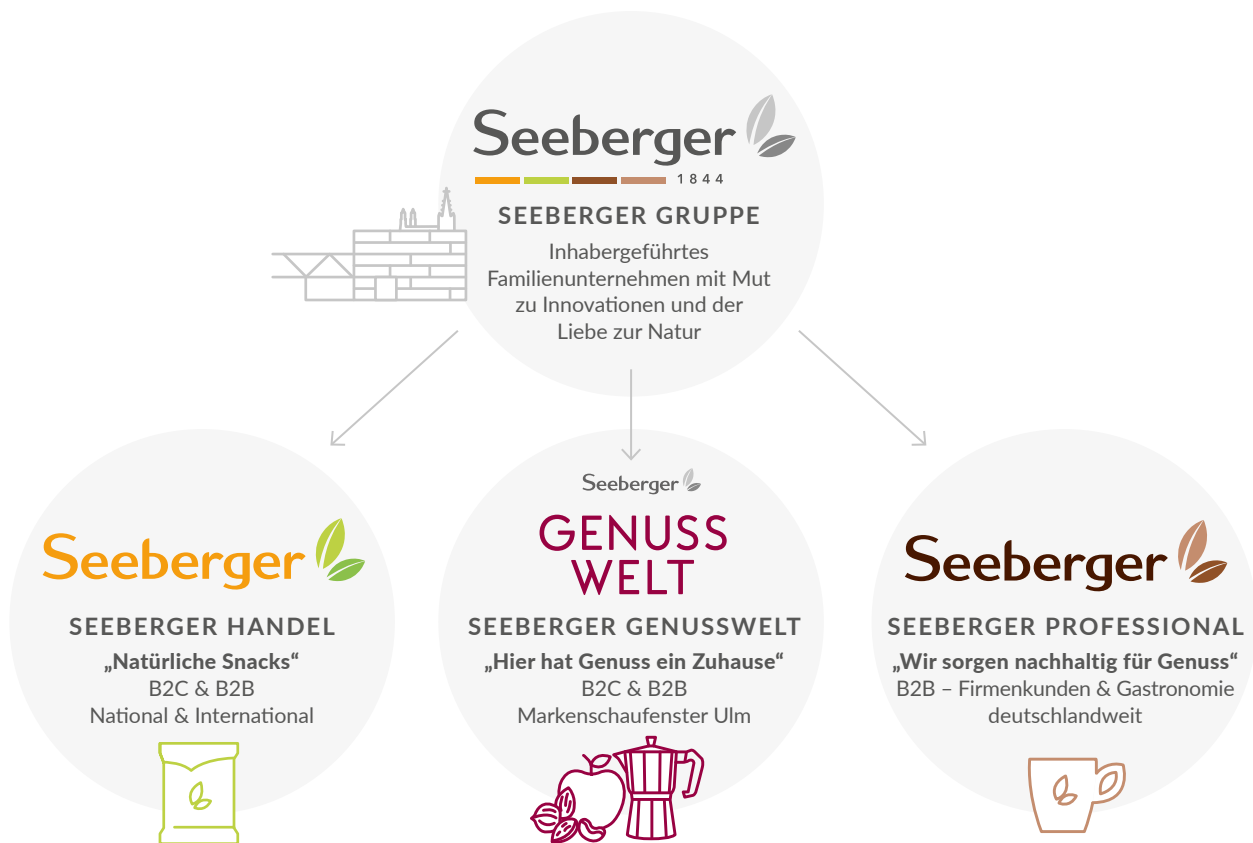
1979

VOM GROSSHÄNDLER ZUR MARKE

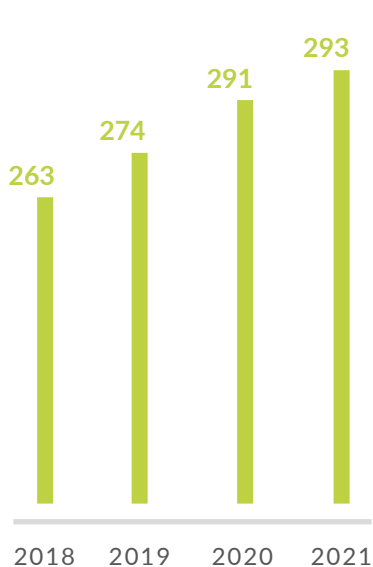
Das Erscheinungsbild des Unternehmens wird von Grund auf modernisiert. Der neue, moderne Schriftzug wird zum Ausdruck und Garant für all das, was das Unternehmen auszeichnet. Mit Tradition und Qualität wird der Name Seeberger zur starken Marke.



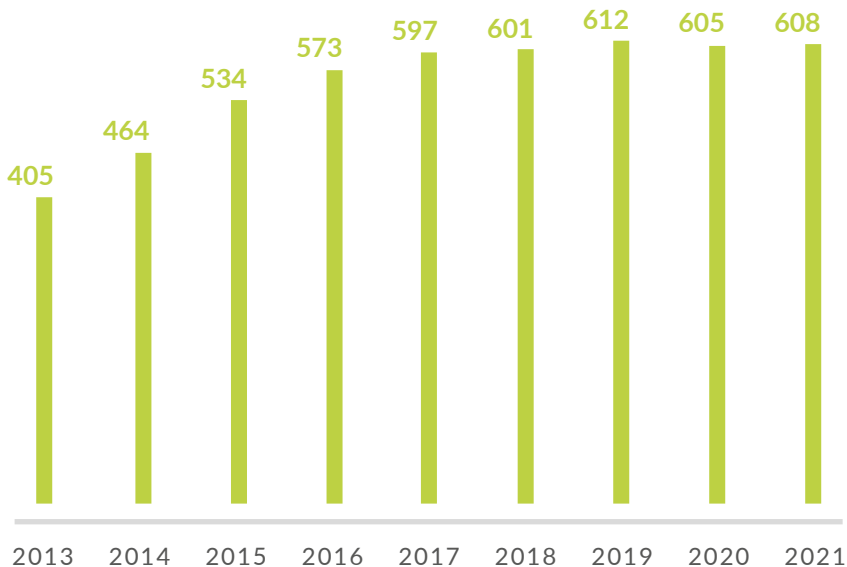
SEEBERGER UNTERNEHMENSGRUPPE AUF EINEN BLICK



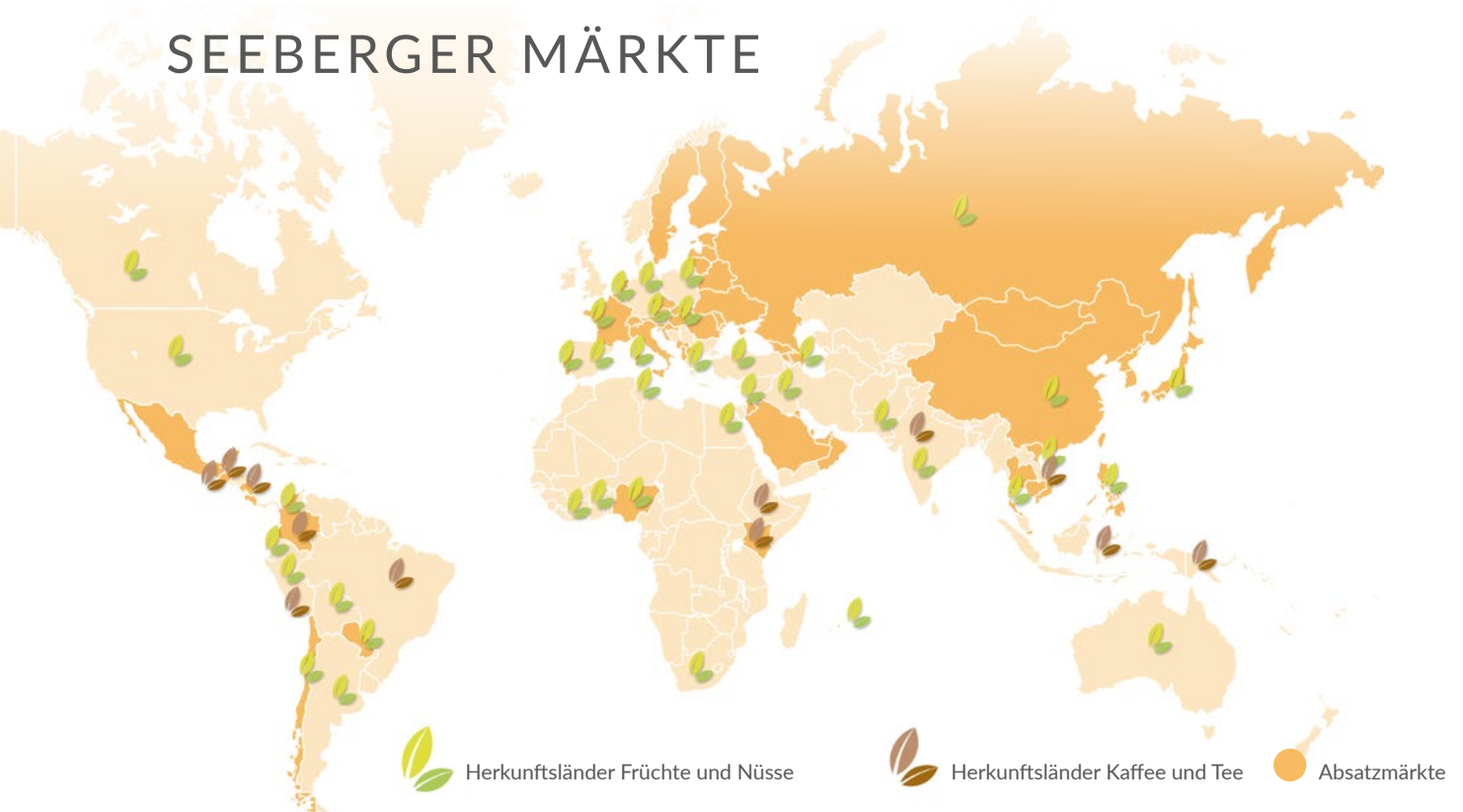
**Umsatz
Seeberger GmbH –
Konzern (in Mio. €)**



Mitarbeitende (FTE = Full Time Equivalent)



SEEBERGER MÄRKTE



AUDITS UND AUSZEICHNUNGEN

Audits 2020

- >> IFS 6.1.: höheres Niveau
- >> Bio-Zertifizierung Kaffeesortiment GREEN, Kakao, Müsli, Porridge, Früchte, Tee, Rohrzuckersticks, Nüsse, Getreide, Saaten
- >> Fairtrade für Kaffee

Audits 2021

- >> IFS 6.1.: höheres Niveau
- >> Bio-Zertifizierung (zusätzlich: Mango und Nuss-Frucht-Mix)
- >> Fairtrade für Kaffee

Produktauszeichnungen

Sieger in der Kategorie
**STUDENTENFUTTER/
 NUSS-FRUCHT-
 MISCHUNGEN**



Sieger der Kategorie
NÜSSE



2020

2021

NATUR WELT



NATURWELT – UNSERE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Ob wir neue Beleuchtungssysteme einkaufen, Maschinenabläufe justieren, mit dem Job-Rad zur Arbeit fahren oder neue Einkaufsbedingungen mit Lieferant:innen verhandeln: Nachhaltigkeitsthemen sind in unserem Arbeitsalltag immer gegenwärtig. Ein neuer Nachhaltigkeitsbericht bedeutet jedoch, dass wir das Gesamtbild unserer Leistung bewerten. Haben wir unsere Nachhaltigkeitsziele erreicht? Wie groß sind Fortschritte, gab es Rückschläge? Welche Faktoren haben Einfluss auf das Ergebnis?

Während der Pandemie ist das Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen in der Gesellschaft gestiegen. Gut für unsere Naturprodukte! Gleichzeitig mussten wir komplette Arbeitsabläufe ändern, das kostet Zeit. Eines unserer wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen ist die Verpackung. Tests und Lieferzeiten für nachhaltiges Verpackungsmaterial hatten durch Corona enorme Vorlaufzeiten. Das Ergebnis ist also erst viel später im Markt sichtbar. Davon lassen wir uns allerdings nicht aufhalten.

Wichtige Impulse für unsere Nachhaltigkeitsstrategie kommen vom neuen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz: Ist es noch passend, unsere Themen auf räumliche Handlungsfelder zu beziehen, wenn Nachhaltigkeit doch keine Grenzen kennt? Wir haben daher unsere Aktivitäten neu strukturiert.



VERENA SCHÄDLER
SEEBERGER
NACHHALTIGKEITSBEAUFTRAGTE

Mehr Transparenz in der Lieferkette und das während der Pandemie? Dafür haben wir unser „Supplier-Questionnaire“ und die Nachhaltigkeitsleitlinien „Sustainability Guidelines“ für Lieferant:innen geschärft und werden sie besser kommunizieren.

Mehr Kommunikation: Das gilt auch nach innen. Es gibt Verstärkung für die Nachhaltigkeitskommunikation mit festen Ansprechpartner:innen im Unternehmensmarketing. Außerdem finden Mitarbeiter:innen jeden Monat Wissenswertes über unsere Nachhaltigkeitsthemen in der Rubrik „NaturWelt“ im Mitarbeitenden-Magazin.

Mehr Kommunikation? Wollen wir auch mit Ihnen, liebe Leserin und lieber Leser. Sprechen Sie uns bitte an, wenn Sie Fragen oder Anregungen zu unseren Nachhaltigkeitsthemen oder diesem Bericht haben.

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!

Der Seeberger Nachhaltigkeitsbericht: Berichtsstandards, Partner- und Mitgliedschaften

>> UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT:

Die weltweite Nachhaltigkeitsinitiative 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:

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

>> UN-SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDG):

Seit 2016/2017 berichtet Seeberger auf Grundlage der UN-Nachhaltigkeitsziele.

>> GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI):

Basis der Seeberger Berichterstattung seit 2013.

Unsere Stakeholder



MITARBEITER:INNEN



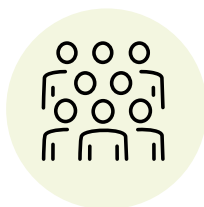
KUND:INNEN



VERBRAUCHER:INNEN



LIEFERANT:INNEN



GESELLSCHAFT



POLITIK

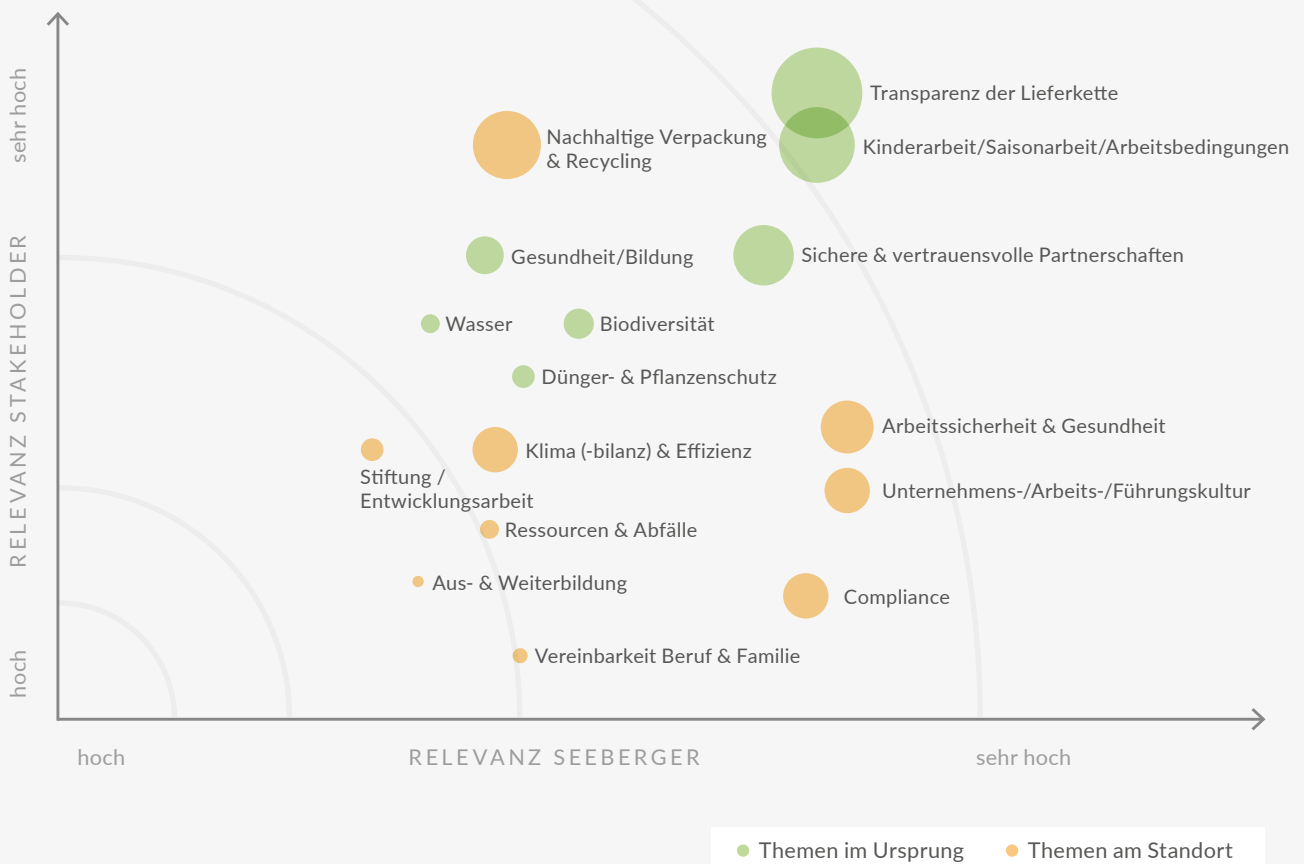


VERBÄNDE
& INITIATIVEN

Welche Themen sind unseren Stakeholdern wichtig? Das prüfen wir regelmäßig im Austausch mit unseren Anspruchsgruppen. Wo erwarten sie Lösungen und Engagement von uns? Das zeigt unsere Wesentlichkeitsmatrix. Aus der Matrix leiten wir unsere Fokusthemen

für die Nachhaltigkeitsstrategie ab. Unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten in Bezug auf die Stakeholderthemen gleichen wir mit den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (SDG) ab.

Unsere Wesentlichkeitsmatrix



NaturWelt – Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Wie wir nachhaltiger werden wollen, das planen wir mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie unter dem Dach „NaturWelt“. Bisher haben wir unsere Nachhaltigkeitsthemen auf die räumlichen Handlungsfelder „Standort in Ulm“ und „Food-Lieferant:innen im Ursprung“ bezogen. Doch nicht nur die Pandemie, sondern auch die deutlich spürbaren Veränderungen durch den Klimawandel zeigen: Nachhaltigkeit ist kein Thema mit Grenzen. Aus diesem Grund fassen wir unsere Strategie künftig in übergeordnete thematische Handlungsfelder. Alle bisherigen Berichtstandards und selbstverständlich unsere Ziele gelten weiterhin.

AUS DEN BISHERIGEN RÄUMLICHEN HANDLUNGSFELDERN

FOOD-LIEFERANTEN IM URSPRUNG

HANDLUNGSFELDER STANDORT ULM



WERDEN VIER NEUE THEMATICHE HANDLUNGSFELDER

KREISLAUFWIRTSCHAFT

LIEFERKETTENVERANTWORTUNG

KLIMASCHUTZ

GEMEINSCHAFT

Die Seeberger Nachhaltigkeitsstrategie:

UNSERE VIER HANDLUNGSFELDER

KREISLAUF WIRTSCHAFT



VISION → WIR WOLLEN KREISLÄUFE SCHLIESSEN

Unsere Strategie

Unsere Ziele bis 2025

NACHHALTIGE VERPACKUNG

// RECYCLINGFÄHIGE MATERIALIEN EINSETZEN

100 % der Seeberger Verpackungen im Sortiment sind recyclingfähig

// MATERIAL REDUZIEREN

Fossile Kunststoffe im gesamten Produktlebenszyklus um 20 % reduzieren

// ALTERNATIVE MATERIALIEN EINSETZEN

Alternative Verpackungsmaterialien ohne Gefährdung des Produktschutzes

NO FOOD WASTE

// KEINE LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

Lebensmittelabfälle im Produktionsprozess unter einem Prozent halten

>>> Initiative „Holy Grail“



LIEFERKETTEN VERANTWORTUNG

VISION → WIR WOLLEN 100 % TRANSPARENZ IN DER LIEFERKETTE

Unsere Strategie

Unsere Ziele bis 2025

// TRANSPARENZ SICHERSTELLEN

Einführung Transparenzanalyse und jährliche Durchführung
 Aufbau Risikoanalyse anlässlich LkSG (und jährliche Durchführung)
 Einführung öffentliches Beschwerdesystem

// VERBINDLICHKEIT SCHAFFEN

Überarbeitung und Aktualisierung der Einkaufsbedingungen

// PARTNERSCHAFTEN AUSBAUEN

Anzahl Direktkontakte erhöhen
 Wertschöpfung vor Ort schaffen

>>> Initiative „BioVal“

>>> Stiftung der Inhaberfamilie „Sternschnuppen für Kinder“



KLIMA SCHUTZ

VISION → WIR WOLLEN EINE KLIMANEUTRALE LIEFERKETTE

Unsere Strategie

// EMISSIONEN
MESSEN

// EMISSIONEN
REDUZIEREN

// EMISSIONEN KOMPENSIEREN,
WO NICHT VERMEIDBAR

Unsere Ziele bis 2025

Jährliche Erstellung
einer Unternehmens-
klimabilanz

Erstellung von drei
exemplarischen
Produktklimabilanzen

CO₂-Emissionen
um 10% reduzieren
im Vergleich zum
Basisjahr 2019

Klimaneutralstellung des
Unternehmens ab 2022



GEMEIN SCHAFT

VISION → WIR WOLLEN EIN ATTRAKTIVER UND
GEFRAGTER PARTNER SEIN

Unsere Strategie

// VERBINDENDE UNTERNEHMENSKULTUR
UND -WERTE STÄRKEN

// ATTRAKTIVE ARBEITSWELTEN
SCHAFFEN

Unsere Ziele bis 2025

Aufbau Projekt „EIN SEEBERGER“ zur Stärkung
unseres Gemeinschaftsgefühls. Projektziel: Ausbau
Mitarbeitenden-Programm „Seeberger-Family“
für die gesamte Seeberger-Gruppe

Aufbau einer einheitlichen Führungskultur
für die gesamte Seeberger-Gruppe

Erweiterung und Anpassung der Mitarbeitenden-
Beteiligung auf die gesamte Seeberger-Gruppe

Leistung fördern und fordern, um gemeinsam
erfolgreich zu sein

Erarbeiten und Verabschieden der
Betriebsvereinbarung „Mobiles Arbeiten“

Aufbau einer transparenten und
motivierenden Gehaltsstruktur

Aufbau Arbeitsgruppe „New Work“ zum
Schwerpunktthema Vernetzung und Kooperation

KREISLAUF WIRTSCHAFT

VISION →

WIR WOLLEN KREISLÄUFE SCHLIESSEN



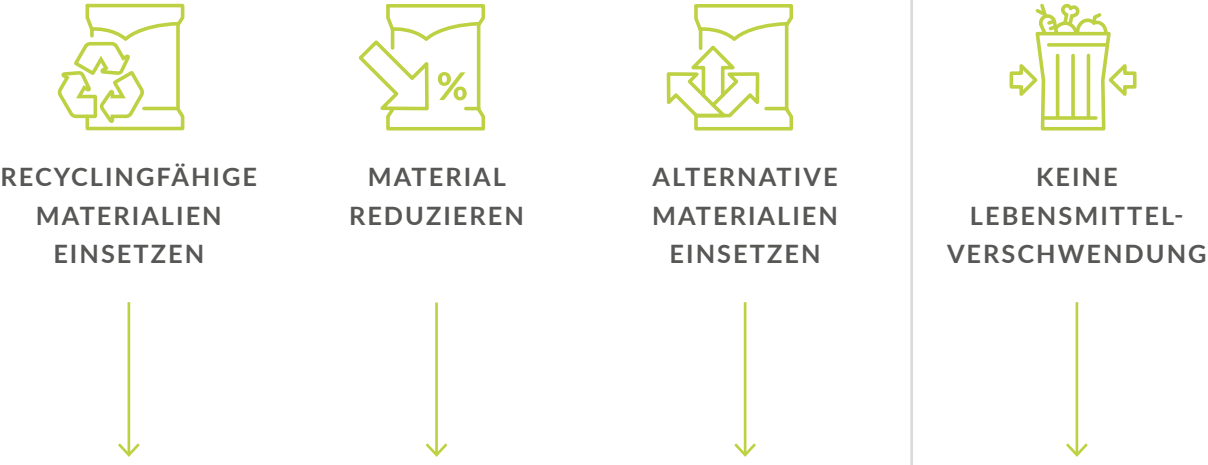
>>> NACHHALTIGE VERPACKUNG

>>> NO FOOD WASTE

TECHNISCHER KREISLAUF

BIOLOGISCHER KREISLAUF

Unsere Strategie



Unsere Ziele bis 2025

100% der Seeberger Verpackungen im Sortiment sind recyclingfähig

Fossile Kunststoffe im gesamten Produktlebenszyklus um 20% reduzieren

Alternative Verpackungsmaterialien ohne Gefährdung des Produktschutzes

Lebensmittelabfälle im Produktionsprozess unter einem Prozent halten



Wir orientieren uns an folgendem SDG



Kreislaufwirtschaft fördern

Das Prinzip der Kreislaufwirtschaft orientiert sich am Vorbild der Natur. Hier entsteht, wovon wir als Unternehmen leben: hochwertige Naturprodukte. Unsere Verantwortung für einen achtsamen Umgang mit natürlichen Ressourcen liegt also überall dort, wo unsere Produkte wachsen, verarbeitet, verpackt und verschickt werden.

Unser Vorbild „Cradle to Cradle“ oder: Die perfekte Kreislaufwirtschaft

In der perfekten Kreislaufwirtschaft entstehen keine Abfälle. Produkte werden so hergestellt, dass sie ohne Qualitätsverlust zu neuen Rohstoffen und wieder zu Produkten werden können. Die Kreislaufwirtschaft schont Ressourcen, reduziert klimaschädliche Treibhausgase und sie könnte das globale Abfallproblem lösen. Dieser Prozess funktioniert in zwei Systemen:



TECHNISCHER KREISLAUF

Gebrauchsgüter werden nach Ablauf ihrer Funktion zu technischen Nährstoffen zerlegt und ermöglichen so die Produktion neuer Gebrauchsgüter.



Seeberger Verpackungen

Unsere hochwertigen Naturprodukte müssen sicher und in bester Qualität bei unseren Kund:innen ankommen. Dafür muss ihre Verpackung herausragend sein. Das gilt zunehmend auch für ihre Nachhaltigkeit. Auf dem Weg zu einer nachhaltigen Verpackung ist das Prinzip der Kreislaufwirtschaft unser Vorbild. Unser Ziel ist, dass unsere Verpackungen möglichst zu 100 Prozent recycelt und als Rezyklat wiederverwertet werden können.



BIOLOGISCHER KREISLAUF

Die für Verbrauchsprodukte eingesetzten Rohstoffe werden nach Gebrauch zu biologischen Nährstoffen zersetzt. Sie fördern zum Beispiel das Pflanzenwachstum nachwachsender Rohstoffe für neue Produkte.



Seeberger Naturprodukte

Lebensmittel wie unsere Naturprodukte sind von ihrer Erzeugung, ihrer Verwertung bis zu ihrem Zerfall schon Teil des biologischen Kreislaufs.

VISION →

WIR WOLLEN KREISLÄUFE SCHLIESSEN

Wir wollen Kreislaufwirtschaft genau dort erreichen, wo wir Ressourcen, Umwelt oder Klima beanspruchen und beeinflussen. Und dort, wo wir am meisten daran ändern können: Bei der Seeberger-Verpackung und bei den Verarbeitungsprozessen unserer Naturprodukte vom Ursprung bis in die Verpackung. Wir arbeiten hart daran. Und mit Erfolg. Zum Beispiel: Bereits 94 Prozent unserer Flachbeutel-Verpackungen konnten wir auf recyclingfähige Monoverbundfolie umstellen. Außerdem: Aktuell verlieren wir weniger als ein Prozent der gelieferten Rohware im gesamten Produktionsprozess.

Unsere Ziele sind ambitioniert. Wir beobachten genau, welche Entwicklungen wir nutzen können. Das gilt für erfolgsversprechende Lösungsansätze überall dort, wo Verpackungen von uns verwendet werden. Also von der Erzeugung und Verpackung der Rohware im Ursprung, über die Verarbeitung und Umverpackung für Handel oder Gastronomie, bis hin zu jeder Seeberger-Verpackung, die unsere Kund:innen für einen Seeberger-Genussmoment öffnen.



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

>>> NACHHALTIGE VERPACKUNG

>>> NO FOOD WASTE

Unsere Strategie

TECHNISCHER KREISLAUF



RECYCLINGFÄHIGE
MATERIALIEN
EINSETZEN



MATERIAL
REDUZIEREN



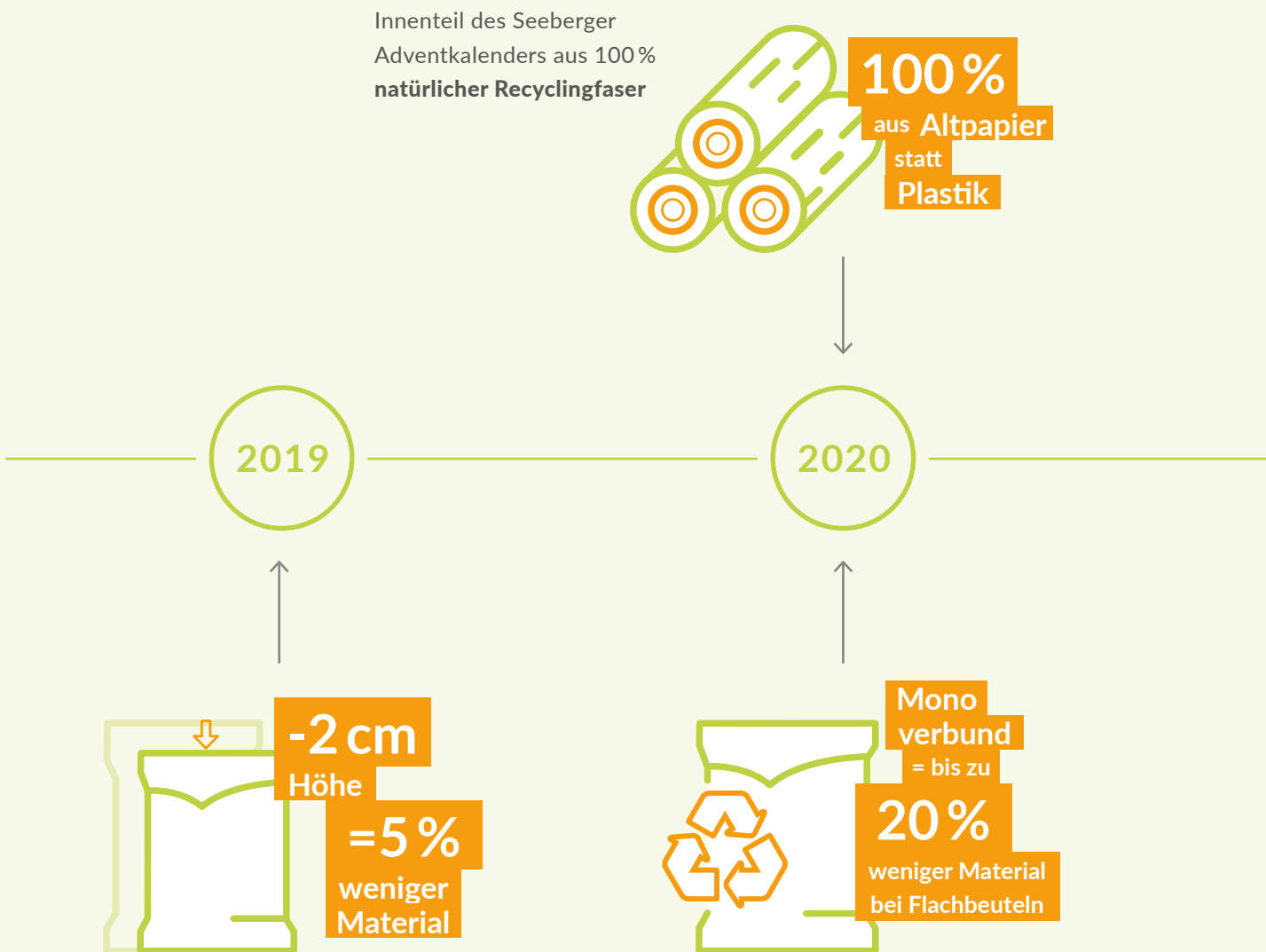
ALTERNATIVE
MATERIALIEN
EINSETZEN

BIOLOGISCHER KREISLAUF



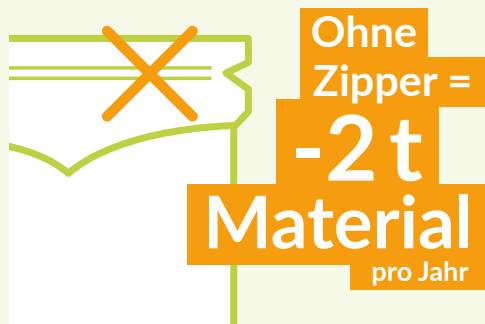
KEINE
LEBENSMITTEL-
VERSCHWENDUNG

Was haben wir bis jetzt erreicht? Unsere Meilensteine in Richtung Kreislaufwirtschaft – Im Geschäftsbereich Handel



Materialreduzierungen bei 13 unserer sogenannten Doypacks – den Zipper-Verpackungen (z. B. Studentenfutter 150 g). Hier wurde die Beutelhöhe um 2 cm reduziert, was einer Materialeinsparung von rund 5 % entspricht.

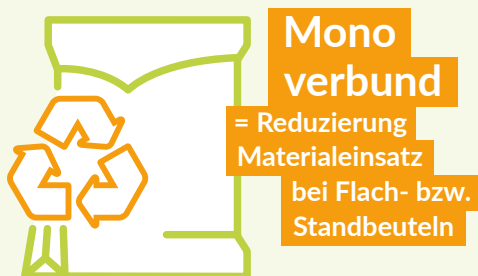
Umstellung bei rund 90 % der Produkte im **Flachbeutel** auf eine **recyclingfähige Mono-verbundfolie** bei gleichzeitiger Reduzierung des Materialeinsatzes um bis zu 20 %.



Bei sechs unserer Zipper-Verpackungen mit geringen Grammaturen werden wir ab dem Frühjahr 2022 auf den Zipper verzichten. Somit können wir jährlich **2 Tonnen Material einsparen.**

2021

2022



Weitere Umstellungen bei Produkten im **Flach- sowie Standbeutel** auf eine **recyclingfähige Monoverbundfolie** bei gleichzeitiger **Reduzierung des Materialeinsatzes.**

>>> NACHHALTIGE VERPACKUNG

Wie geht es denn hier zur Kreislaufwirtschaft?

Eine zarte Aprikose, eine knackige Cashew-Nuss: Die Seeberger-Verpackung muss unsere einzigartigen Naturprodukte maximal schützen. Aromen bewahren, Sicherheit vor gesundheitsschädlichen Keimen und optimale Haltbarkeit – das sind ihre wichtigsten Aufgaben.

Können nachhaltigere Verpackungsmaterialien das leisten? Können wir beispielsweise weniger und dünneres Material nutzen? Gibt es einsatzfähige Alternativen aus nachwachsenden Rohstoffen? Wie reduzieren wir Materialverluste im Produktionsprozess, um Ressourcen besser zu schonen?

Was, wenn beispielsweise eine nachhaltige, ressourcenschonende Folie der technischen Verarbeitung nicht standhält? Ein klassischer Zielkonflikt, denn die Produktion muss ohne Verzögerung und mit gewohnter Qualität weiterlaufen.

Das sind die Fragen, die unsere Entwicklungsteams für nachhaltigere Seeberger-Verpackungen lösen müssen. Aus diesem Grund arbeiten sie bereichsübergreifend und interdisziplinär an Ideen für bessere, nachhaltigere Verpackungen. Und sie einigen sich gemeinsam auf ehrgeizige, aber realistische Ziele auf dem Weg dorthin.

>>> NACHHALTIGE VERPACKUNG

Unsere Strategie



1

RECYCLINGFÄHIGE
MATERIALIEN
EINSETZEN



2

MATERIAL
REDUZIEREN



3

ALTERNATIVE
MATERIALIEN
EINSETZEN

Stationen im Produktlebenszyklus einer Walnuss





1

RECYCLINGFÄHIGE MATERIALIEN EINSETZEN



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unser Ziel bis 2025

100 % der Seeberger Verpackungen im Sortiment sind recyclingfähig.

→ PRÄMISSE: OPTIMALER PRODUKTSCHUTZ FÜR GESCHMACK, AROMA UND HALTBARKEIT AUCH AUF LANGE ZEIT



Bei Verkaufsverpackungen

Wir vermeiden Kunststoffkombinationen bei Verpackungsmaterial, um die Recyclingfähigkeit zu erhöhen. Wenn funktional möglich, sollte nur ein Polymertyp für die gesamte Verpackung verwendet werden. Verbundverpackungen, also Kombinationen aus Kunststoff und anderen Materialtypen (Papier, Pappe, Metall) wollen wir so wenig wie möglich verwenden. Vor allem dann, wenn sie von Verbraucher:innen beim Entsorgen nicht einfach getrennt werden können. Wir prüfen außerdem, wie viel Rezyklatanteil wir für die Herstellung unserer Verkaufsverpackungen verwenden können. Das sind zum Beispiel Verpackungen aus der Wiederverwertung von Haushalts-, Industrie- oder Gewerbeabfällen.



Bei Rohwarenverpackungen

An nachhaltigen Lösungen für Rohwarenverpackungen arbeiten wir gemeinsam mit Erzeuger:innen und Lieferant:innen im Ursprung. Unsere Rohware kommt in unterschiedlichen Verpackungen nach Ulm. Auch diese Verpackungen wollen wir nach den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft gestalten. Doch das ist nicht ganz einfach. Wir arbeiten mit unterschiedlichen Lieferant:innen, deren Kund:innen wiederum individuelle Anforderungen haben. 2022 starten wir dazu ein Projekt: Wir wollen den Anteil an Monoverbundfolien bei der Rohwarenverpackung steigern. Monoverbundfolien sind besonders recyclingfähig und damit gut geeignet für die Wiederverwertung. Wir entwickeln daher ein Sortiersystem, mit dem wir sie beim Auspacken in der Produktion sicher erkennen und separat entsorgen können. Im nächsten Schritt wollen wir dann den Verpackungsanteil von Monoverbundfolien mit unseren Lieferant:innen ausbauen und die Lieferungen entsprechend umstellen.



Bei Umverpackungen

Wir optimieren unsere Umverpackung für Handel und Gastronomie. Der Altpapieranteil in Kartonagen wird erhöht und Frischfaser nur in dem Umfang verwendet, wie sie die Stabilität eines Kartons gewährleistet. Im Rahmen eines Transporttests haben wir festgestellt: Ist der Anteil von Recyclingpapier zu hoch, werden die Kartons instabil. 2022 starten wir ein Projekt, um die Möglichkeit zu prüfen, unsere qualitativ hochwertigen Kartons in einem Mehrwegsystem zu nutzen.



Bei weiterem Verpackungsmaterial

Auch das Zusatzmaterial unserer Verpackungen wird kritisch geprüft: Können wir nachhaltigere Banderolen, Etiketten, Zipper nutzen? Optimal ist, grundsätzlich stoffgleiches Material für Verpackung und Zusatzmaterial zu nutzen, denn das erhöht die Recyclingfähigkeit. Daran arbeiten wir.



Im Abfallmanagement

Wir wollen das Sortieren und Entsorgen von Verpackungs- und Arbeitsmaterialien im Produktionsprozess und am Standort weiter optimieren. In der Logistik bemühen wir uns um den Verkauf von Transportpaletten, die wir als Lebensmittelhersteller nicht mehr einsetzen können.



Recyclingkreislauf bei Wasserfiltern

Im Geschäftskunden-Bereich, in dem auch Filterkartuschen für Wasserspender zum Einsatz kommen, haben wir einen neuen Prozess etabliert:

Die Kartuschen der gängigen Hersteller, werden nun in Boxen an unseren Standorten gesammelt und vom Hersteller zurückgenommen. So werden sie in den Recyclingkreislauf geführt und es wird Müll vermieden.

Wir freuen uns, dass die Kartuschen-Hersteller diese Möglichkeit anbieten und wir so Teil der Kreislaufwirtschaft sein können.



2

MATERIAL REDUZIEREN



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unser Ziel bis 2025

Fossile Kunststoffe im gesamten Produktlebenszyklus um 20% reduzieren

→ PRÄMISSE: MONOVERBUNDFOLIE GEHT VOR. IST DAS NICHT MÖGLICH, VERSUCHEN WIR DÜNNERE FOLIEN EINZUSETZEN.



Bei Verkaufsverpackungen

- » Wir prüfen, ob Verpackungsbestandteile ersetzt werden oder wegfallen können, wie beispielsweise Verschlusszipper bis zu einer bestimmten Verpackungsgröße.
- » Wir reduzieren die Verpackungsstärke mit neuen, dünneren Folien-generationen. Unsere Folien werden in Europa produziert, die meisten Folien und Beutel kommen direkt aus Deutschland oder Österreich. Die Transportwege sind also kurz – das reduziert den Ausstoß klimaschädlicher Treibhausgase.
- » Gutes Verhältnis: Wir prüfen die ideale Beutelhöhe im Verhältnis zum idealen Füllgrad. Je nach Luftraum beziehungsweise Größe des Produktes und den technischen Anforderungen der Verpackung kann die Beutelhöhe für ein Produkt gekürzt oder die -größe reduziert werden.
- » Bei den auf Monoverbundfolie umgestellten Verpackungen sparen wir bis zu 20 Prozent des zuvor gebrauchten Verpackungsmaterials. Aktuell sind 94 Prozent unserer Flachbeutel aus Monoverbundfolie.
- » Keine Verluste: Wir arbeiten daran, Materialverluste im Produktionsprozess gering zu halten. Unser Ziel ist es, den Folienverlust an den Verpackungsmaschinen bei unter einem Prozent zu halten.



Bei Rohwarenverpackungen

- » Wir stehen mit unseren Erzeuger:innen und Lieferant:innen im Ursprung regelmäßig im Austausch – auch zu den Rohwarenverpackungen.
- » In unseren Sustainability Guidelines for Suppliers sind unsere Nachhaltigkeitsanforderungen auch in Bezug auf das Verpackungsmaterial Teil der Einkaufsbedingungen.
- » In 2022/2023 wollen wir die aktuellen Rohwarenverpackungen analysieren, entsprechend trennen/sortieren und möglichst viele Rohwarenverpackungen auf Monomaterial umstellen.



Bei Umverpackungen

- » Wir verwenden optimierte Sekundärverpackungen, also zum Beispiel Kartongen, die so dünn wie möglich hergestellt sind.
- » Durch eine neue Stretchfolie für Paletten sowie optimierte Maschineneinstellungen, haben wir den Folieneinsatz von jährlich rund 20 Tonnen um 45 Prozent reduziert.
- » Wir reduzieren die Leimspuren für den Verschluss der Kartongen. Unser Ziel: 20 Prozent Leim einsparen und das bei gleicher Qualität.
- » Sind Scannerschienen bei Displays noch sinnvoll? Im nationalen Einzelhandel verzichten wir ab 2022 darauf und sparen damit bis zu 5 Tonnen Kunststoff pro Jahr.

Nachhaltige Verpackung: Klassische Zielkonflikte

Entfernen wir bei Kleingrößen-Verpackungen (60–80 Gramm) den Zipper-Verschluss, sparen wir 13 Prozent Material je Verpackung. Das entspricht zwei Tonnen Kunststoff im Jahr. Auch der Verzicht auf Wiederverschlussetiketten würde helfen, Material zu sparen und die Recyclingfähigkeit zu erhöhen. Grundsätzlich wäre sogar der Verzicht auf kleinteilige Verpackungen generell nachhaltiger. Dagegen spricht: Unsere Kund:innen wünschen natürliche, aromatische Produkte in praktischen, wiederverschließbaren und auch kleinen Verpackungen.

**ZIPPERVERSCHLUSS
BEHALTEN:**



Convenienter
SCHUTZ
vor Qualitäts- und
Geschmacksverlust



**ZIPPERVERSCHLUSS
ENTFERNEN:**



**BIS ZU 13%
MATERIAL-
EINSPARUNG**
je Verpackung.
Bei sechs Produkten mit kleinen
Grammaturen werden wir auf den
Zipperverschluss verzichten, da er
hier keinen Mehrwert bietet.



3

ALTERNATIVE MATERIALIEN EINSETZEN



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unser Ziel bis 2025

Alternative Verpackungsmaterialien ohne Gefährdung des Produktschutzes

→ PRÄMISSE: OPTIMALER PRODUKTSCHUTZ IST WEITERHIN GEWÄHRLEISTET.

Papier als alternativer, nachwachsender Rohstoff

Wir prüfen den sinnvollen Einsatz nachwachsender Rohstoffe wie beispielsweise Holz und testen den Einsatz von Papier statt Kunststoff. Zum Beispiel verpacken wir mit recyclingfähigem Knüllpapier statt mit Luftpolsterfolien, Styroporchips oder Styroporformteilen. Bei unseren Kartonverpackungen achten wir auf einen hohen Anteil an Recyclingpapier. Wo möglich verwenden wir außerdem FSC- und CO₂-neutrales Papier für Drucksachen und nachhaltige Materialien für unsere Werbemittel. Für deren Produktion bevorzugen wir regionale Lieferant:innen.

Für unsere hochtechnischen Packanlagen ist Papier ein herausforderndes Material. Dennoch prüfen wir auch für Produktverpackungen den Einsatz von Papier. Bei unseren bisherigen Machbarkeitstests an unseren Packanlagen wurden verschiedene Papierverpackungen getestet. Bisher leider erfolglos. Denn Papier ist per se hochsensibel und erfordert ein ganz anderes Handling. Neben einem Papier, das eine gewisse Festigkeit mit sich bringt, aber nicht einreißt, benötigen wir eine Lösung, bei der wir sicher siegeln (= dichte Verpackungen) und somit einwandfreien Produktschutz gewährleisten können. Somit müssen alternative Papierversionen erst für uns noch entwickelt und getestet werden. Das wiederum nimmt Zeit in Anspruch.

Wie können wir alternative Materialien einsetzen?

Glas, Papier oder biobasierte Kunststoffe: Welche nachhaltigen Verpackungsalternativen können wir nutzen? Immerhin: Jedes einzelne unserer Naturprodukte hat andere Eigenschaften und damit Ansprüche an seine Verpackung. Das bedeutet: Nicht jede Alternative zur bisher genutzten Verpackung passt zum Produkt und bietet den für uns notwendigen Produktschutz. Verschiedene Alternativen haben wir schon getestet – und wieder verworfen. Aus diesem Grund sind unsere Verpackungsspezialisten unterwegs, hören sich um, lassen sich informieren, um neue und für uns passende Lösungen zu finden.



Beispiel biobasierte Verpackungen

Schon heute gibt es zahlreiche Lösungen für biobasierte und biologisch abbaubare Kunststoffe aus nachwachsenden Rohstoffen zum Beispiel aus Mais oder Zuckerrohr. Bisher haben wir noch keine biobasierten Verpackungen gefunden, die unsere Produkte optimal und sicher über längere Zeit im Regal vor Licht- und Sauerstoffeinwirkung schützen.

Biobasierte Verpackung: So funktioniert's

Inspirierende Partnerschaft: „No waste, only taste!“ lautet das Motto unseres Partners Samova für hochwertige Bio-Tees in unserem Geschäftsbereich Seeburger-Professional. Samova setzt bei den Kuverts von Teebeuteln das zu 100 Prozent maritim- und gartenkompostierbare Material NatureFlex™ ein. NatureFlex ist ein Verpackungsfilm aus nachhaltig produzierter Holzfaser, der sich in etwa sechs Wochen auf dem Kompost komplett abbaut.

Klingt gut: Warum machen wir das nicht für weitere Verpackungen? Biobasierte Kunststoffe kommen für uns nur dann in Frage, wenn sie auf dem Ackerland nicht in Konkurrenz zu Nahrungsmitteln angebaut werden. Sie müssten also zum Beispiel aus einem Abfall- oder Nebenprodukt der Nahrungsmittelerzeugung hergestellt werden können. Zudem haben biobasierte Verpackungen ein eigenes MHD und erfüllen unsere Anforderungen an eine Sauerstoffbarriere nicht.

Das Konzept „Unverpackt“

Ist keine Verpackung die beste Verpackung? Das haben wir im Lebensmitteleinzelhandel getestet. Und festgestellt: Es gibt einige für uns ungelöste Herausforderungen. Bisher gibt es im Lebensmitteleinzelhandel kein einheitliches Abfüllsystem für unverpackte Lebensmittel. Der Arbeitsaufwand für das Personal im Markt ist hoch, zum Beispiel

das Sauberhalten des Abfüllplatzes. Auch die Anforderungen an Haltbarkeit, Produktsicherheit und Hygiene sind nach unserer Erfahrung noch nicht gewährleistet. Aktuell engagieren wir uns in branchenweiten Projekten, um ein einheitliches Konzept für „Unverpackt“ zu finden.

Wo stehen wir im Bereich nachhaltige Verpackungen? Im Geschäftsbereich Handel

52%

unserer natürlichen Snacks sind bereits in nachhaltiger Verpackung verfügbar.



69%

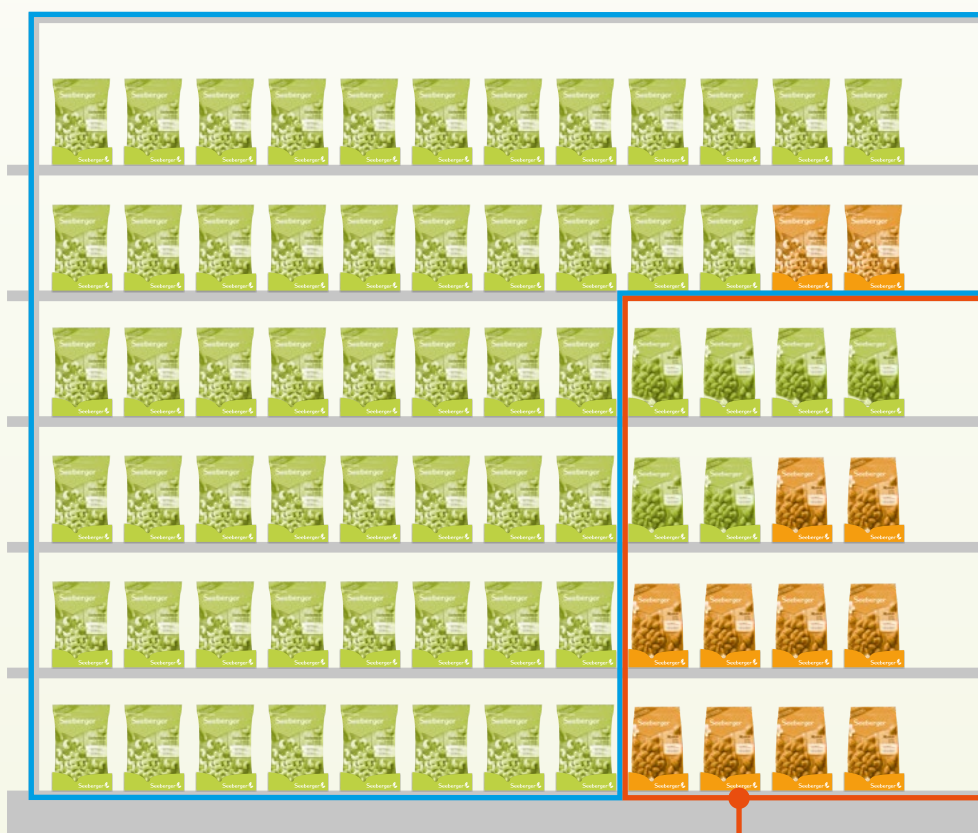
werden es bis ca. Ende 2022 sein.



In nachhaltiger Verpackung verfügbar



Umstellung auf nachhaltige Verpackung in Arbeit



STANDBEUTEL-VERPACKUNGEN

✓ 32% sind bereits in einer **recyclingfähigen Monoverbundfolie** verfügbar

🕒 94% werden in 2022 in einer **recyclingfähigen Monoverbundfolie** verfügbar sein

🕒 Prüfung von Materialalternativen mit **Durchstoßfestigkeit** für zwei spitzkantige Produkte

🗑️ Prüfung von **Papierverpackungen**, die über die Papiertonne entsorgt werden können

FLACHBEUTEL-VERPACKUNGEN

✓ 94%
sind bereits in
einer **recyclingfähigen**
Monoverbundfolie verfügbar

🕒 In 2022:
Prüfung von Material-
alternativen mit **Durchstoß-**
festigkeit für die spitzkantigen
Gebrannten Produkte

🔍 10
unserer Snacks sollen in
Folienmaterial mit **30%**
Rezyklat-Anteil verpackt
werden

ZIPPER-VERPACKUNGEN

✓ In 2022:
Verzicht auf Zipperverschluss
bei sechs Produkten mit
geringen Grammaturen

🕒 Ggfs. in 2023:
Prüfung von Material-
alternativen zur Umstellung
auf eine **recyclingfähige**
Monoverbundfolie

RIEGEL & FRUCHTKUGELN

✓ 100%
unserer 2go Range ist in
einer **recyclingfähigen**
Monoverbundfolie verfügbar

SOFT-FRÜCHTE

🕒 In 2022:
Materialreduktion durch Umstellung
auf **mattes Folienmaterial**

🕒 Ggfs. 2023/24:
Prüfung von Materialalternativen zur
Umstellung auf eine **recyclingfähige**
Monoverbundfolie

MIKROWELLEN-POPCORN

🕒 In 2022/2023:
Umstellung auf **recyclingfähige**
Monoverbundfolie

Wo stehen wir im Bereich nachhaltige Verpackungen? Im Geschäftsbereich Professional

Bisher
1 Tonne

Material gespart
durch Umstellungen auf
mattes Folienmaterial.



62%

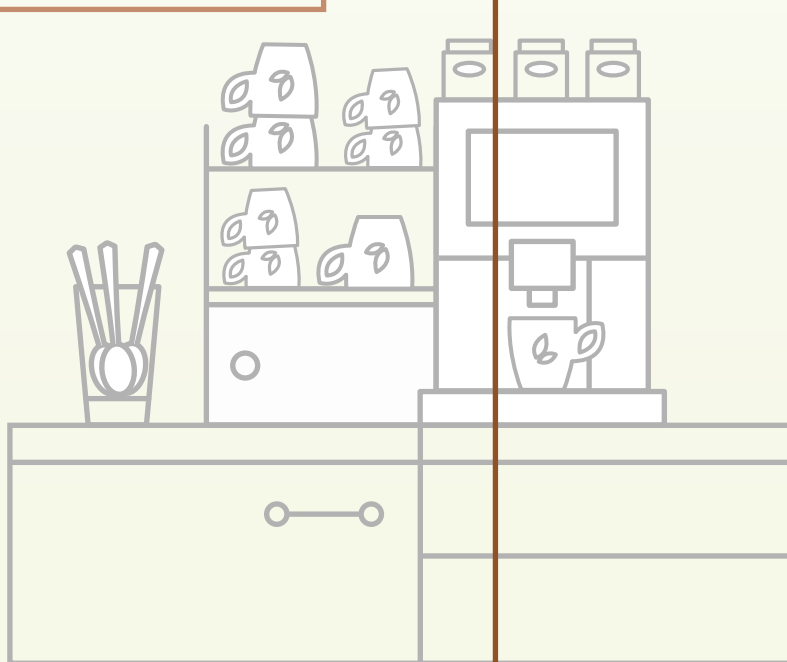
der abgebildeten Produktgruppen
werden bis Ende 2022 in nachhaltiger
Verpackung verfügbar sein.

BOHNENKAFFEE 1 KG

✓ **15%**
wurden in 2020 auf **mattes
Folienmaterial** umgestellt =
somit **10% weniger
Materialeinsatz**

🕒 **In 2022:**
85% werden mit **nicht ruß-
basiertem Schwarz** und
in einer **aluminiumfreien,
recyclingfähigen Mono-
verbundfolie** verfügbar sein

🕒 **Vsstl. in 2023:**
Weitere Umstellungen auf
**aluminiumfreie, recycling-
fähige Monoverbundfolie**,
sobald Restbestände
aufgebraucht sind



BOHNENKAFFEE 250 G

🕒 **In 2022/2023:**
Prüfung von Material-
alternativen zur Umstellung
auf eine **recyclingfähige
Monoverbundfolie**

MAHLKAFFEE

🕒 **In 2022:**
97% werden in einer
**aluminiumfreien, recycling-
fähigen Monoverbundfolie**
verfügbar sein

🕒 **Vsstl. in 2023:**
Weitere Umstellungen auf
**aluminiumfreie, recycling-
fähige Monoverbundfolie**

VENDING-PRODUKTE (TOPPINGPULVER, KAFFEEWEISSER)

🕒 In 2022/2023:
Prüfung von Material-
alternativen zur Umstellung
auf eine **recyclingfähige**
Monoverbundfolie

SCHOKO-DRINKS

🕒 In 2023:
Prüfung von Material-
alternativen zur Umstellung
auf eine **recyclingfähige**
Monoverbundfolie

EXPRESS- UND SPACE-TEEBEUTEL

- ✔️ 100 %
der Express-Teebeutel
sind **kompostierbar**
- ✔️ 100 %
der Space-Teebeutel
sind **biologisch abbaubar**

TEE-DOSEN

- ✔️ 100 %
aus langlebigem **recycling-**
fähigem Weißblech,
wiederbefüllbar

TEE-REFILL-BEUTEL

- 🕒 In 2022:
Prüfung von
recyclingfähigen
Materialalternativen

FOOD-ARTIKEL (ZUCKER, KAFFEESAHNE & -WEISSER, GEBÄCK, LÖSLICHER KAFFEE)

- ✔️ 40 %
sind in **Green Seal Papier**
(Entsorgung über Altpapier)
verfügbar

- 🕒 In 2022:
Weitere 20 % werden
auf **Green Seal Papier**
(Entsorgung über Altpapier)
umgestellt

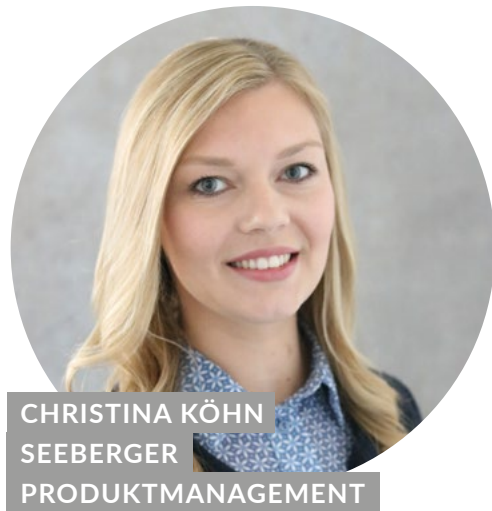
- 🕒 In 2022/2023:
Prüfung von Material-
alternativen zur Umstellung
auf eine **recyclingfähige**
Monoverbundfolie bzw.
auf **Green Seal Papier**



INITIATIVE „HOLY GRAIL“

Interview

Ist eine innovative digitale Technologie die Lösung für die Kreislaufwirtschaft von Verpackungen? Zu dieser Frage haben sich 160 Unternehmen und Institutionen europaweit in der Initiative „Holy Grail“ zusammengeschlossen – wir sind dabei. Unser Ziel: Kreislaufwirtschaft für Verpackungen gemeinsam möglich machen. Wie, das erklärt unsere Expertin Christina Köhn im Interview.



160 Unternehmen arbeiten gemeinsam an einer Lösung für perfektes Recycling. Warum unterstützt Seeberger die Initiative „HolyGrail“?

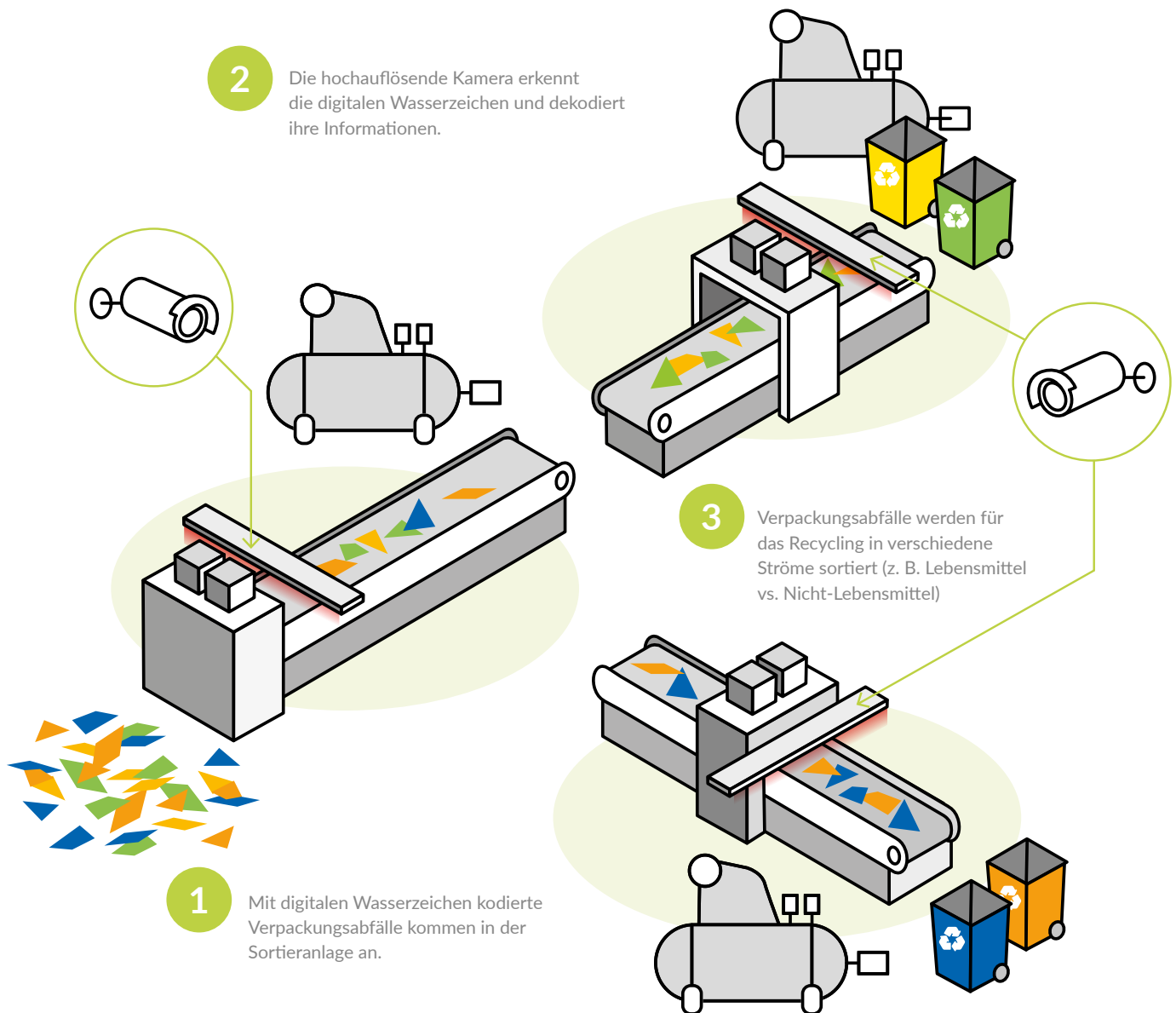
Die Frage ist: Wie können wir Verpackungen so gestalten, dass sie vollständig wiederverwertet werden können? Diese Frage stellen wir uns nicht allein: Sie beschäftigt Unternehmen der kompletten Verpackungswertschöpfungskette international. Denn die Herausforderungen massenhafter Verpackungsabfälle erfordern Lösungen in großem Maßstab. Ziel der Initiative ist es, gemeinsam eine effiziente Kreislaufwirtschaft für Verpackungen zu etablieren. Wir unterstützen den Entwicklungsprozess finanziell, bringen Wissen, Wünsche und Fragen ein, arbeiten aktiv mit. Effizientes hochwertiges Recycling ist aus umweltpolitischer und aus wirtschaftlicher Sicht ein wichtiges Ziel. Im idealen Kreislauf würden wir unsere recycelten Verpackungen als Sekundärrohstoff für neue Verpackungen einfach wiederverwerten. Diese Rohstoffe sind zu wertvoll, um sie einfach wegzuschmeißen.

Wie kann diese Lösung aussehen?

Die Voraussetzung für optimales Recycling ist, dass Verpackungen in der Sortieranlage effizient sortiert werden können. Genau da setzt „HolyGrail“ an. Eine digitale Wasserzeichenkennzeichnung der Verpackung soll die exakte Sortierung verschiedener Kunststoffarten möglich machen. Außerdem können viele weitere Informationen hinterlegt werden. Abfallsortieranlagen erkennen am Wasserzeichen beispielsweise eine Seeberger-Verpackung und lesen heraus, dass darin Walnüsse verpackt waren und sie aus Monoverbundmaterial besteht. Die Sortieranlagen können sie dann fehlerfrei in die entsprechende Materialfraktion einsortieren. Aus den sortenreinen Abfällen lassen sich qualitativ sehr hochwertige Rezyklate herstellen und wieder in den Zyklus zurückführen. Das ist mit der aktuellen Technologie noch nicht möglich.

Können Seeberger-Verpackungen mit den digitalen Wasserzeichen ausgezeichnet werden?

Technisch ist das jetzt schon möglich. Es wurde bereits in der Phase „HolyGrail 1.0“ erfolgreich getestet. Aktuelle Tests mit Wasserzeichen auf Verpackungen im Umlauf sollen bis Ende 2022 abgeschlossen und ausgewertet sein. Wir sind sehr gespannt auf die Ergebnisse.



>>> NO FOOD WASTE

Keine Verluste: Das ist für uns selbstverständlich!

In unseren Verpackungen finden Kund:innen nicht nur wohlbehütete, leckere Produkte. Es stecken auch harte Arbeit, Ressourcen, Energie und echte Leidenschaft mit drin. Selbstverständlich wollen wir diese wertvollen Nahrungsmittel im Produktionsprozess nicht verlieren. „No Food Waste!“. Das ist nicht nur eine wirtschaftliche

Notwendigkeit, sondern auch eine Frage des Respekts und der Wertschätzung. Die Verpackung ist wichtiger Teil der Lösung: Sie schützt unser Produkt optimal bis zur letzten Nuss oder Aprikose. Und was können wir noch tun?

>>> NO FOOD WASTE

Unsere Strategie



**KEINE
LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG**



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unser Ziel bis 2025

Lebensmittelabfälle im Produktionsprozess unter einem Prozent halten

Lebensmittel erzeugen – ohne Verluste

Nahrungsmittel- und Ressourcenverluste so gering wie möglich halten: Das ist Bestandteil unserer Einkaufsbedingungen für Erzeuger:innen und Lieferant:innen im Ursprung. Allerdings haben sie selbst ein hohes Interesse daran, Lebensmittelverluste zu vermeiden. Ausschuss oder Abfälle werden ressourcenschonend eingesetzt. So werden zum Beispiel Nuss-Schalen zum Heizen von Gewächshäusern verwendet, aussortierte Stiele von Weinbeeren zu Tierfutter und aussortierte Sultaninen für die Herstellung von Essig verwendet. Mit unseren Nachhaltigkeitsfragebögen für Lieferant:innen prüfen wir beispielsweise auch, ob es eine Kompostierung oder eine Biogasanlage für natürliche Abfälle gibt.



Recycling der Mandelbäume

Mandelbäume haben in der Regel eine Lebensdauer von 25 Jahren. Am Ende ihres produktiven Lebens werden ganze Mandelbäume zerkleinert und wieder in den Boden eingearbeitet. Gebundene Kohlenstoffe werden so im Boden längerfristig gespeichert. Das hilft auch, dem Klimawandel entgegenzuwirken. Pro Hektar können so 2,4 Tonnen Kohlenstoff gebunden werden, was einem autofreien Leben für ein Jahr entspricht. Nebenbei wird so auch die Bodengesundheit verbessert, was sich in einer besseren Wasserspeicherfähigkeit und höheren Erträgen niederschlägt.

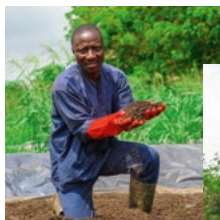
Lebensmittel schonend verarbeiten

Wo entstehen in der laufenden Produktion Lebensmittelverluste, was sind die Ursachen? Grundsätzlich sind wir sehr gut aufgestellt: Unsere aktuellen Verluste im Produktionsablauf liegen bei unter einem Prozent der Gesamttonnage der gelieferten Rohwaren. Damit sich das nicht ändert, bleiben wir möglichen Ursachen auf der Spur:

- » Wir analysieren die Ursachen für Bruch an Rohwaren und reduzieren mit entsprechenden Gegenmaßnahmen. So optimieren wir beispielsweise die Einstellungen von Maschinen.
- » Wenn Bruchware noch in Top-Qualität ist, für den Verkauf aber nicht geeignet ist, wird sie als gesonderter Artikel für die Seeberger-Genusswelt gepackt.
- » Ausschließlich Bruchware, die nicht mehr für den Verzehr geeignet ist, wird im Bioabfall entsorgt.

Optimierung Food Waste bei Cashewkernen geröstet-gesalzen

Mit unserer alten Siebtechnik wurden Salz und Cashewbruch gemeinsam ausgesiebt. Da das abgeseibte Produkt sehr viel Salzabrieb enthalten hat, musste es entsorgt werden. Über eine angepasste Siebtechnik ist es uns inzwischen möglich, den Cashewbruch und das Salz getrennt abzusieben, sodass der Cashewbruch in unserem Genussmarkt verkauft werden kann.



Mangoabfallrecycling

Die Frucht und die Bodenabfälle (Mangosteine, Frucht- und Kokosnussschale) werden zu organischen Dünger kompostiert. Der Dünger wird in den Boden eingearbeitet um die Frucht- und Bodenqualität zu verbessern.

LIEFERKETTEN VERANT WORTUNG

VISION →

WIR WOLLEN 100 % TRANSPARENZ IN DER LIEFERKETTE



Unsere Strategie



TRANSPARENZ
SICHERSTELLEN



VERBINDLICHKEIT
SCHAFFEN



PARTNERSCHAFTEN
AUSBAUEN



Unsere Ziele bis 2025

Einführung
Transparenzanalyse
und jährliche
Durchführung

Aufbau Risikoanalyse
anlässlich LkSG
(und jährliche
Durchführung)

Einführung öffentliches
Beschwerdesystem

Überarbeitung
und Aktualisierung der
Einkaufsbedingungen

Anzahl
Direktkontakte erhöhen

Wertschöpfung
vor Ort schaffen



>>> Initiative „BioVal“

>>> Stiftung der Inhaberfamilie „Sternschnuppen für Kinder“

Wir orientieren uns an folgenden SDGs



Unternehmerische Sorgfalt: Seit über 175 Jahren

2016 hat die Bundesregierung mit dem Nationalen Aktionsplan Wirtschaft (NAP) die Erwartung an Unternehmen formuliert: „...den Prozess der unternehmerischen Sorgfalt in einer ihrer Größe, Branche und Position in der Liefer- und Wertschöpfungskette adäquaten Weise einzuführen“.

Unternehmerische Sorgfalt zu Menschenrechten und der Umwelt hat bei Seeberger seit über 175 Jahren

Tradition. Faire Lieferpartnerschaften und der Respekt vor Mensch und Natur in den Ursprungsländern unserer Produkte sind für uns selbstverständlich. Sie gehören zu unseren Unternehmenswerten, sie sind die Basis unserer Geschichte und unseres Erfolgs. 2020 hat die Bundesregierung die Umsetzung des NAP mit einem bundesweiten Monitoring überprüft. Wir haben daran teilgenommen. Das Ergebnis? Wir erfüllen nahezu vollständig die fünf zentralen Bausteine des NAP-Prozesses.

Meilenstein Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)

Ab 2023 gilt das LkSG für in Deutschland ansässige Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeiter:innen. Wir befürworten das LkSG. Und es fordert uns heraus, denn es geht über die Ansprüche des Nationalen Aktionsplans deutlich hinaus. Auch das LkSG verpflichtet Unternehmen, menschenrechtliche und umweltbezogene Sorgfaltspflichten in angemessener Weise zu beachten. Zwar fallen wir als Unternehmen aufgrund unserer Größe nicht in seinen Anwendungsbereich: Unser Ehrgeiz ist dennoch, die im LkSG geforderten Sorgfaltspflichten vollständig zu erfüllen.

Mithilfe dieses Gesetzes soll der Schutz der Menschenrechte entlang weltweiter Lieferketten verbessert werden. Es geht zum Beispiel darum, Kinder- und Zwangsarbeit zu verhindern, fairen Handel zu unterstützen und angemessene Löhne zu zahlen. Landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten sollen gefördert, für Mensch und Umwelt gefährliche Stoffe verboten werden. Diese Sorgfaltspflichten einzuhalten, ist Bestandteil der mit unseren Lieferbetrieben vereinbarten Einkaufsbedingungen.

Chancen der Risikoanalyse: Beispiel Kinderarbeit

Kinderarbeit ist in Seeberger-Lieferbetrieben mit den Einkaufsbedingungen streng untersagt. Aktuell testen wir folgendes Verfahren im Monitoring-Kreislauf: Hat die Risikoanalyse ein Land oder eine Region mit diesem Thema ermittelt, startet das interne Monitoring: Arbeitet dort ein Seeberger-Lieferbetrieb? Die Seeberger-Transparenzanalyse zeigt, auf welcher Stufe unsere Lieferant:innen-Kontakte bestehen. Im nächsten Schritt gleichen wir das mit den Lieferant:innen-Fragebögen der in Frage kommenden Lieferant:innen ab. Mit dem Frage-

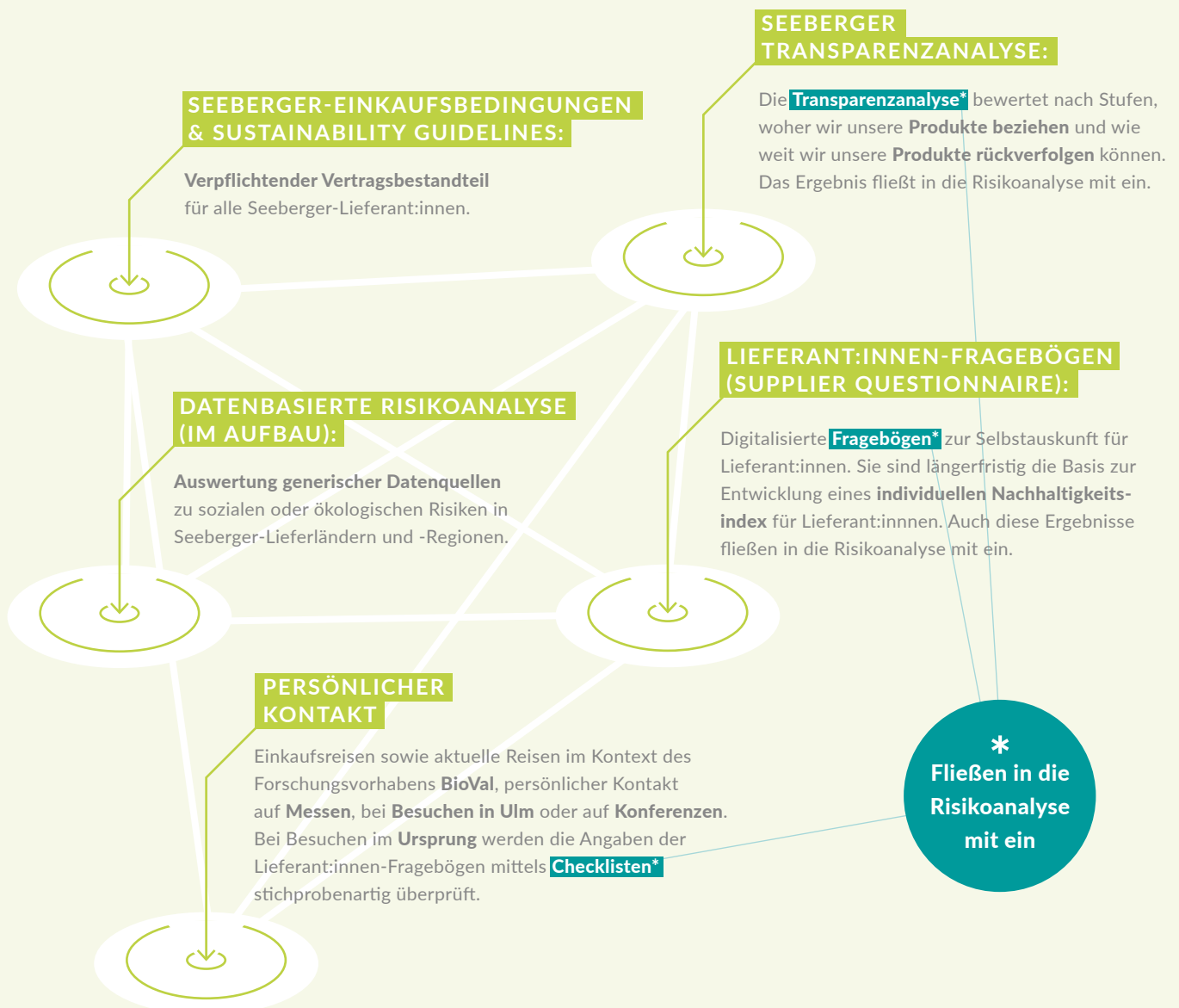
bogen kann ein Lieferbetrieb so den Nachweis erbringen, dass trotz des in der Risikoanalyse gezeigten hohen Risikos für die Region, in seinem Betrieb keine Kinderarbeit stattfindet. Beim nächsten Besuch vor Ort prüfen unsere Seeberger-Einkäufer:innen, ob die Angaben zu ihrem persönlichen Eindruck passen. Vor ihrem Besuch im Ursprung werden sie darauf im Gespräch mit dem Seeberger-Nachhaltigkeitsteam vorbereitet und sie erhalten dafür eine detaillierte Checkliste. Gemeinsam wird nach Lösungen gesucht, falls ein Fazit negativ ausfällt.

Das Seeberger Lieferant:innen-Monitoring

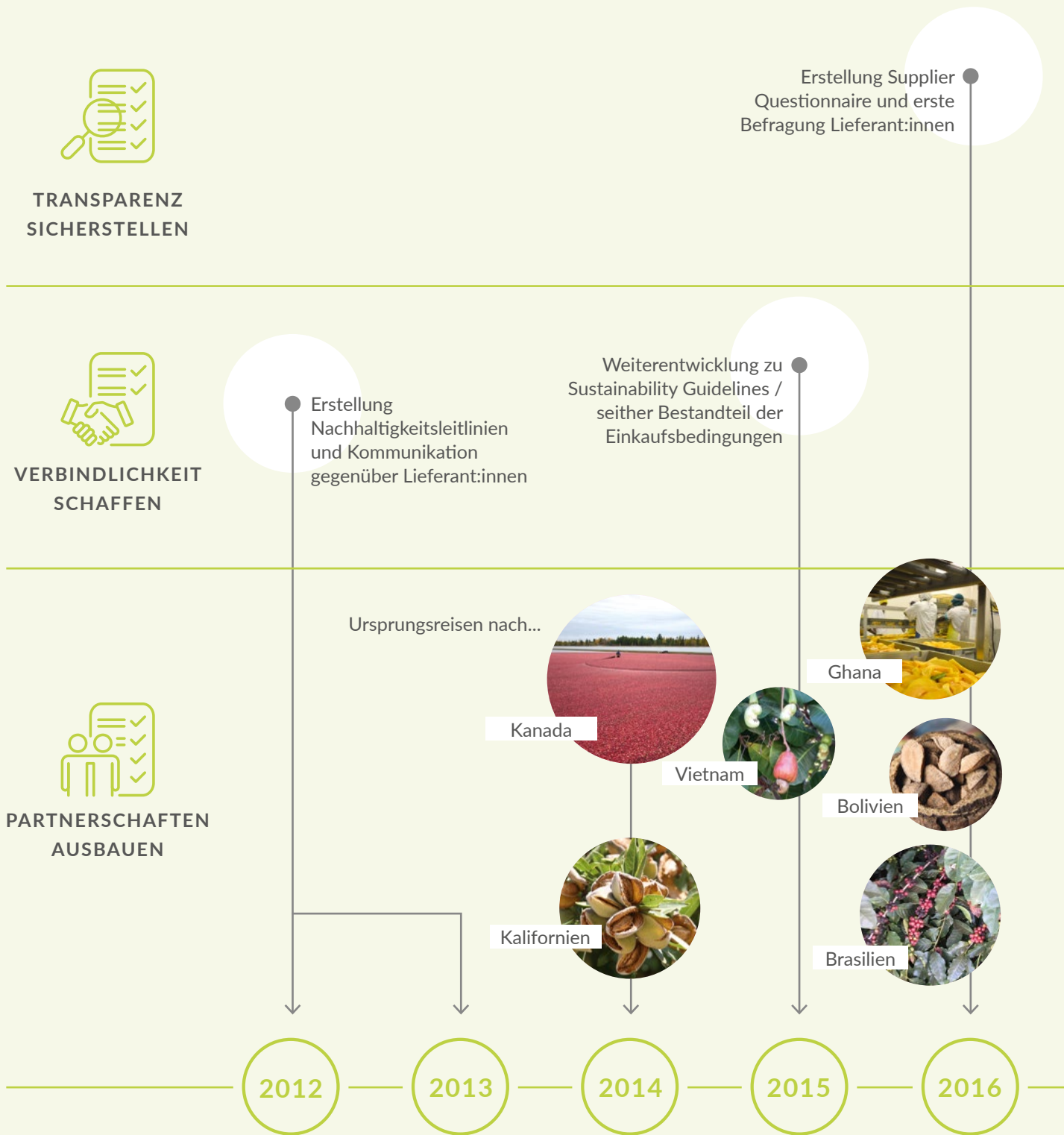
Seit 2012 sind die Seeberger Sustainability Guidelines verpflichtender Bestandteil unserer Einkaufsbedingungen. Ob und wie sie eingehalten werden, prüfen wir mithilfe des Seeberger Lieferant:innen-Monitoring. Dessen Aufgabe ist nicht, einfach nur die Einhaltung unserer Einkaufsbedingungen und Nachhaltigkeitsleitlinien zu kontrollieren. Es hilft uns, Prozesse und Management laufend zu entwickeln, zu verbessern und unsere Sorgfaltspflichten nachweislich zu erfüllen.

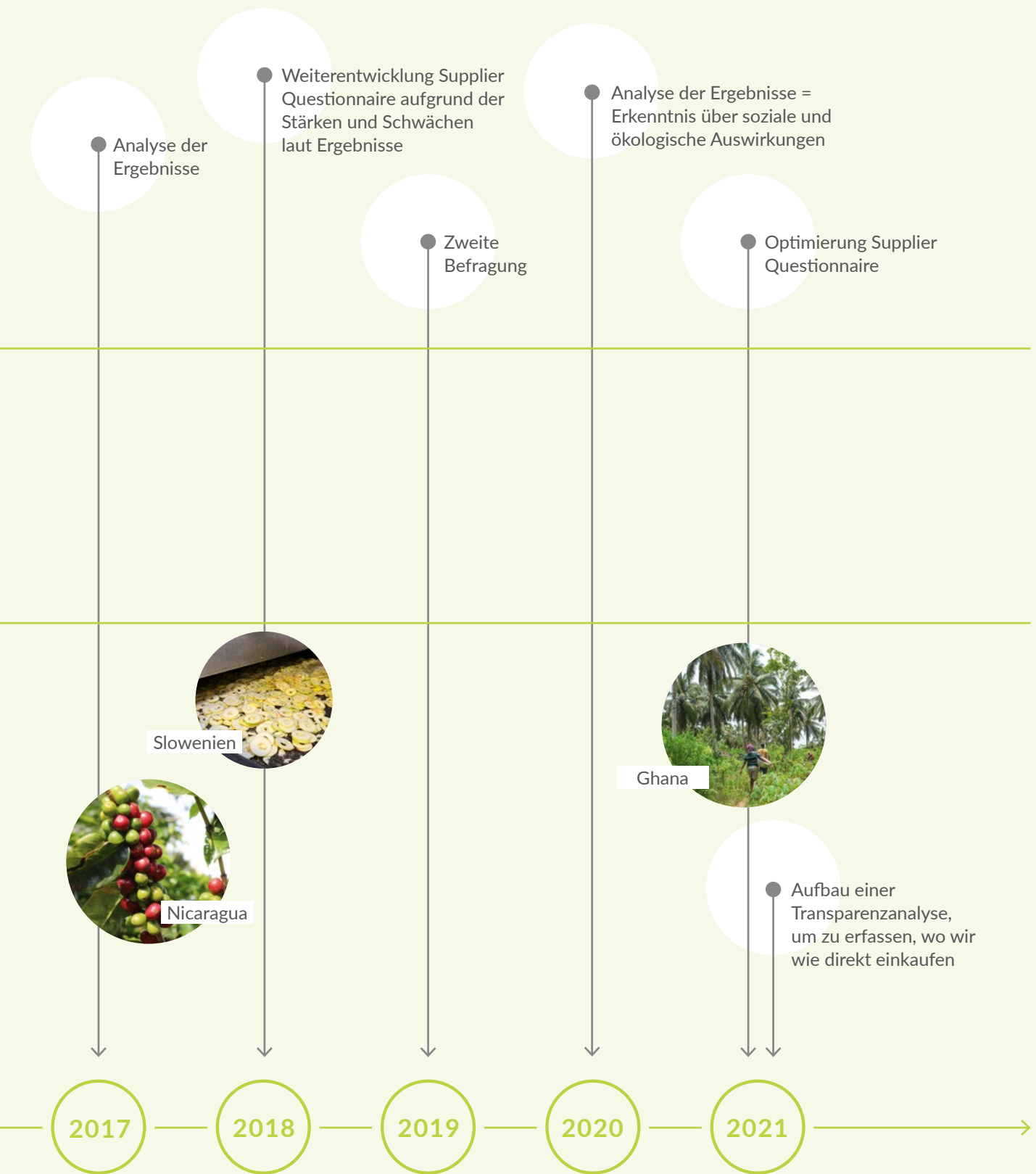
Unser Lieferant:innen-Monitoring besteht aus sich ergänzenden Prüfmodulen. Die Module sind so konzipiert, dass im Prozess jedes einzelne hilft, die anderen laufend zu verbessern. Das ist essenziell für unseren Arbeitsalltag: Wir identifizieren Risiken schneller und können angemessen reagieren. Wir erhalten wichtige Informationen, mit denen wir unsere Lieferant:innen-Fragebögen differenzieren. So werden sie besser verstanden und beantwortet. Auch die Sustainability Guidelines sind Teil des Kreislaufs. Mit der fortgesetzten Anpassung und Differenzierung unseres Lieferant:innen-Monitorings sichern wir die hohe Qualität unserer Naturprodukte und fördern die Nachhaltigkeit bei ihrer Erzeugung.

Module des Seeberger Lieferant:innen-Monitorings



Was haben wir bis jetzt erreicht?





VISION →

WIR WOLLEN 100 % TRANSPARENZ IN DER LIEFERKETTE

Unsere Strategie



1

TRANSPARENZ
SICHERSTELLEN



2

VERBINDLICHKEIT
SCHAFFEN



3

PARTNERSCHAFTEN
AUSBAUEN



1

TRANSPARENZ
SICHERSTELLEN



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unsere Ziele bis 2025

Einführung
Transparenzanalyse und
jährliche Durchführung

Aufbau Risikoanalyse
anlässlich LkSG (und jährliche
Durchführung)

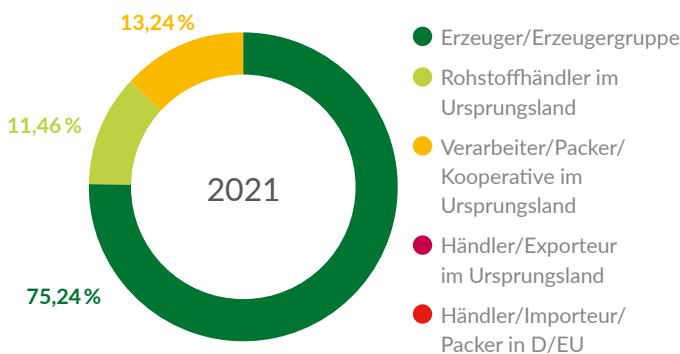
Einführung öffentliches
Beschwerdesystem

Die Seeberger-Transparenzanalyse

Transparenz ist die Voraussetzung für Veränderung. Doch unsere Lieferketten sind komplex. Nicht alle Produkte erhalten wir direkt von den erzeugenden Betrieben. Nachhaltigkeitsthemen sind für unsere Lieferbetriebe außerdem von sehr unterschiedlicher Bedeutung und Wertigkeit. Das spiegeln ihre Antworten in unseren Lieferant:innen-Fragebögen. 2021 haben wir in unserer Fragebogenanalyse festgestellt, dass Fragen unterschiedlich verstanden und daher zum Teil nur lückenhaft beantwortet werden. Entsprechend erhalten wir nicht immer die gewünschte Transparenz und können nicht überall gleichen Einfluss auf Nachhaltigkeitsthemen nehmen.

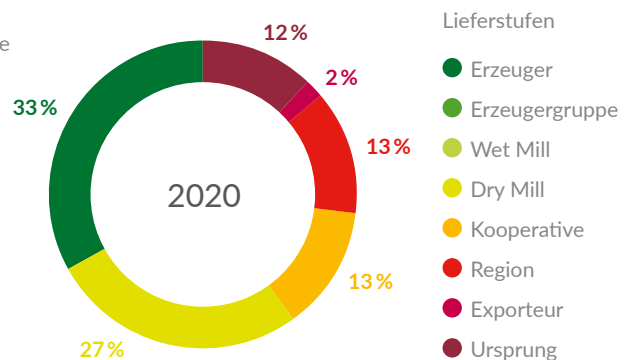
Unsere Lieferant:innen-Fragebögen sollen ein Bild der Realität vor Ort vermitteln. Wie ist das jedoch möglich, wenn der Lieferbetrieb keine Landwirtschaft im Ursprung, sondern eine Importgesellschaft in Deutschland ist? Wie konkret sind die Antworten und wie sehr helfen sie uns, mehr Transparenz zu erhalten? Wir wollen herausfinden, wie „nah ans Feld“ wir bei unseren Lieferbetrieben kommen. Seit 2020 erstellen wir dafür eine Transparenzanalyse. Sie zeigt uns in Produktkategorien nach Lieferstufen, wie nah an der Erzeugung unsere Lieferbetriebe arbeiten. Je „näher dran“, desto mehr Möglichkeiten haben wir gemeinsam an Nachhaltigkeitsthemen zu arbeiten.

TRANSPARENZANALYSE
NÜSSE/FRÜCHTE



Wir haben eine sehr hohe Transparenz und können unsere Produkte zum Großteil bis zum Erzeuger zurückverfolgen. Gleichzeitig erkennen wir auch Bereiche, in denen noch Handlungsbedarf besteht und gehen diese aktiv an.

TRANSPARENZANALYSE
ROHKAFFEE



Bei 73% unseres Kaffees haben wir eine sehr hohe Transparenz. An den restlichen 27% und dort vor allem an den 12%, bei dem wir nur den Ursprung kennen, arbeiten wir aktiv an einer besseren Transparenz.

Mehr Transparenz durch Lieferant:innen-Fragebögen?

Unsere Erfahrung sagt: Ja! Und: Nein! Denn unsere Lieferant:innen-Fragebögen werden subjektiv beantwortet. Es ist nun mal ein Unterschied, ob eine Mandel aus den USA oder eine Walnuss aus Chile kommt. Unser Fazit nach vielen Jahren der Auswertung von

Lieferant:innen-Fragebögen: Sie sind unverzichtbar, denn sie zeigen uns in jedem Fall, ob und wo es Handlungsbedarf gibt. Und sie machen unseren Lieferpartner:innen deutlich, wie wichtig uns die Nachhaltigkeitsthemen vor Ort sind.

Gemeinsam lernen und besser werden

Um konkrete Maßnahmen aus den Lieferant:innen-Fragebögen abzuleiten, müssen sie also individuell und aussagekräftig sein. Bei unserem fortgesetzten Fragebogen-Qualitätsupdate hilft unser aktuelles Partner- und Forschungsprojekt „BioVal“. Mit einer gemeinsam ausgearbeiteten Methodik zum Forschungsthema „Wert-

schätzung der Biodiversität im Produktlebenszyklus“ werden wir unsere Lieferant:innen-Fragebögen grundsätzlich für alle Themen differenzierter und effizienter gestalten. Unser Ziel: In diesem Prozess mit kompetenten Partner:innen und Lieferbetrieben voneinander zu lernen und so besser zu werden.



Seeberger und das Orang-Utan-Coffee-Projekt

Seeberger ist eine der ältesten Kaffeeröstereien Deutschlands. Herausragende aromatische Kaffees sind das Herzstück unseres Angebots für die Gastronomie und Geschäftskunden. Mit dem „Orang-Utan-Coffee-Projekt“ übernehmen wir Verantwortung für eine transparente, faire und nachhaltige Rohkaffeeproduktion von der Plantage bis zur Röstung. Der Orang-Utan-Kaffee stammt von Kleinbauernfamilien auf der indonesischen Insel Sumatra. Rund 350 Familien bewirtschaften ihre Kaffeegärten nach strengen „Orang-Utan-Coffee“-Richtlinien. Sie beinhalten Vorgaben des ökologischen Anbaus und des Naturschutzes. Dazu zählt unter anderem das Verbot der Abholzung des Primärwaldes. Auch das Jagen, Fangen und Halten geschützter Tierarten und der Handel mit ihnen ist untersagt. Die Familien verpflichten sich, den Regenwald, seine Tiere und Pflanzen zu schützen. Dafür erhalten sie eine Prämie von € 0,50 pro kg Rohkaffee. Weitere € 0,50 pro kg gehen an das Sumatra-Orang-Utan-Schutzprogramm (SOCP). Das SOCP kämpft für den Erhalt der schwindenden Tieflandregenwälder Sumatras und betreibt vier Forschungsstationen sowie umfangreiche Umweltbildungsprogramme.



2

**VERBINDLICHKEIT
SCHAFFEN**



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unser Ziel bis 2025

Überarbeitung und Aktualisierung der Einkaufsbedingungen

Was genau bedeutet „Verbindlichkeit“ für uns?

Verbindlichkeit, das ist für uns die offene, freundliche und respektvolle Zusammenarbeit mit allen Menschen, die uns bei Seeberger begegnen. Vor allem aber bedeutet sie: Verlässlichkeit. Wir vertrauen unseren Lieferpartner:innen, sie vertrauen uns. Auch die Basis dieser oft langjährigen Partnerschaften ist Transparenz:

Was wir erwarten, formulieren wir klar in unseren Einkaufsbedingungen. Das gilt auch für Nachhaltigkeitsthemen. Unsere Nachhaltigkeitsleitlinien (Sustainability Guidelines) sind fester Teil der Einkaufsbedingungen und damit Vertragsbestandteil.

Die Seeberger Sustainability Guidelines & 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

Zwei Jahre Pandemie: Anspruch und Wirklichkeit

2020: Unsere Lieferketten sind angespannt. Corona macht auch uns zu schaffen. Personelle Engpässe, Reisebeschränkungen – die Belastung im Einkauf ist hoch. Die Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsthemen ist nicht so möglich, wie wir es geplant hatten. Die Folge ist: Es gibt viele Diskussionen. Unter anderem, weil das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) als

Anspruch bei uns angekommen ist. Wir spüren außerdem, dass Verbraucher:innen mehr von uns erwarten. Mehr vielleicht, als gerade jetzt bei so unterschiedlich erreichbarer Transparenz vor Ort möglich ist. Was uns aber daran freut? Die Pandemie hat die Wertschätzung von Nachhaltigkeitsthemen in der Gesellschaft deutlich gesteigert.

Topthema der Unternehmensplanung: Nachhaltigkeit im Einkauf

2021 ist das LkSG bei Seeberger eines von fünf Topthemen im Einkauf. Damit wird Nachhaltigkeit konkret in den Unternehmenszielen verankert. Einkaufsreisen in den Ursprung? Nur noch mit vorhergehendem internen Beratungsgespräch inklusive Checkliste zu Nachhaltig-

keitsthemen. Mit mehr Schulungen steigern wir das Nachhaltigkeitswissen im Einkauf. Und es gibt Verstärkung für unser Einkaufsteam: Ab 2022 eine Assistenz- und eine vorübergehende Praktikumsstelle Einkaufsleitung und Supply Chain.



3

**PARTNERSCHAFTEN
AUSBAUEN**



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unsere Ziele bis 2025

Anzahl Direktkontakte erhöhen

Wertschöpfung vor Ort schaffen

Einkaufsreisen: Austausch vor Ort

Beziehungen zu unseren Lieferant:innen, dies war für uns schon immer eine Frage von Austausch auf Augenhöhe. Nichts hilft uns so sehr unsere Lieferpartner:innen zu verstehen, wie eine Einkaufsreise in den Ursprung. Und umgekehrt. Sie sind die Basis vertrauensvoller Zusammenarbeit. Hier können wir unsere Erfahrungen

austauschen, voneinander lernen. Wir verstehen die Themen vor Ort besser, können mitgebrachtes Wissen konkreter und persönlicher vermitteln. Nach nahezu drei Jahren mit nur wenigen Reisen in den Ursprung nehmen wir den Reisefaden 2022 wieder auf.

Nicht vor Ort sein und dennoch Partnerschaften pflegen

Austausch, den gibt es bei uns immer: Jeder Einkauf und jede Seeberger-Produktlieferung sind von intensivem E-Mail, virtuellem oder telefonischen Kontakt begleitet. Das funktioniert auch, wenn wir beispielsweise gemeinsam mit Lieferant:innen oder Erzeuger:innen neue

Produkte entwickeln und wenn es Feedback oder Reklamationen gibt. Ein wichtiger Ort für Begegnung sind Messen: So konnten wir 2021 wieder die Anuga intensiv für persönliche Gespräche und die Pflege partnerschaftlicher Verbindungen nutzen.



Erst Mangos, dann Kokoschips – seit 10 Jahren ein wichtiger Partner

Seit Juli 2021 gibt es unsere neuen Kokoschips. Wie kein anderes Produkt stehen sie für eine enge und erfolgreiche Zusammenarbeit mit Erzeugern im Ursprung. Das gilt nicht nur für die hohe Qualität der fruchtig-knackigen Chips, sondern auch für Nachhaltigkeit und Transparenz. Die Kokosnüsse wachsen in naturnahen Palmenwäldern. Aus Resten ihrer Verarbeitung wird organischer Dünger für den fruchtbaren Boden der nächsten Kokosnuss-Generation hergestellt. Schon seit 2012 arbeiten wir mit unserem Partnerbetrieb in Ghana zusammen. Er zählt zu den wichtigsten Arbeitgebern in dieser Region Ghanas und bietet über 1.000 Mitarbeitenden ganzjährig ein sicheres Einkommen. Zusätzlich liefern mehr als 1.000 kleinbäuerliche Farmbetriebe der Region die frischen Kokosnüsse. Mitarbeiter:innen stehen kostenlose Kantinenverpflegung, Transfers zur Arbeit und eine betriebseigene Vorschule für ihre Kinder zur Verfügung. Außerdem gibt es die Möglichkeit beruflicher Weiterbildung.



INITIATIVE FORSCHUNGSVORHABEN „BIOVAL“ – BIODIVERSITY VALUING & VALUATION

Interview

Seeberger ist Praxispartner des Forschungsprojekts „BioVal“. Wie können Unternehmen zu mehr Biodiversität im Produktlebenszyklus beitragen? Die Frage steht im Mittelpunkt der Arbeit des Forschungsteams. Mit konkreten Praxis- und Umsetzungsbeispielen werden im Projekt Empfehlungen für das Management und die Kommunikation von Unternehmen erarbeitet, wie sie die Biodiversität schützen, fördern und kommunizieren können. Verena Schädler, Nachhaltigkeitsbeauftragte bei Seeberger, begleitet das Projekt.



VERENA SCHÄDLER
SEEBERGER
NACHHALTIGKEITSBEAUFTRAGTE

Was ist das Forschungsvorhaben „BioVal“?

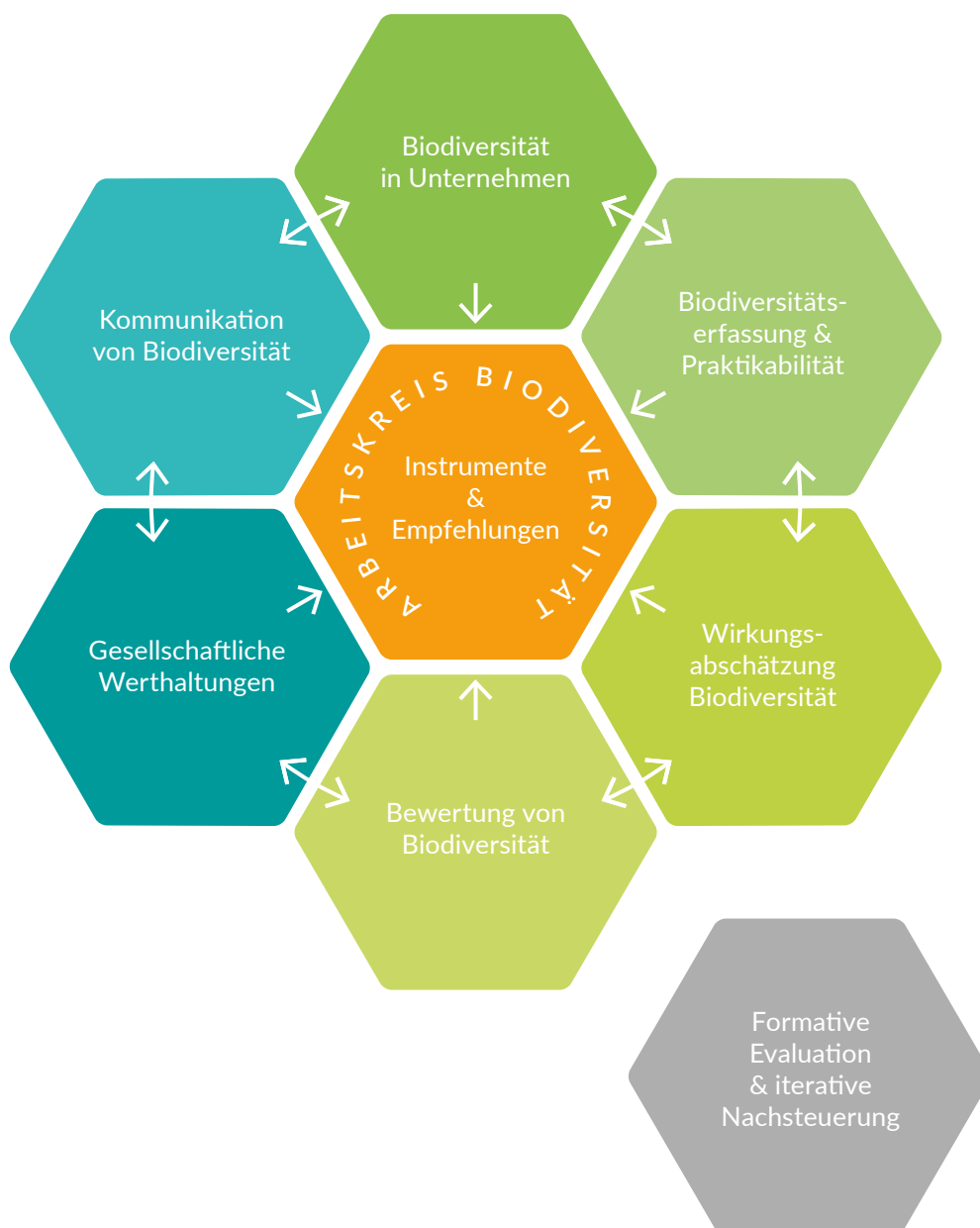
Im BioVal-Forschungsprojekt untersuchen Wissenschaftler:innen gemeinsam mit Praxispartnern, also Unternehmen der Lebensmittelbranche, wie negative Auswirkungen der Produktion und des Konsums von Lebensmitteln auf die Biodiversität verringert werden können. Außerdem wollen wir herausfinden, wie Verbraucher:innen für die Bedeutung von Biodiversität sensibilisiert werden können, so dass sie bei der Auswahl ihrer Produkte mehr darauf achten.

Warum ist das wichtig?

Die Vielfalt der Ökosysteme ist eine der wichtigsten Grundlagen des Lebens auf der Erde. Die genetische Vielfalt von Tieren und Pflanzen sichert unser Überleben. Und sie schwindet heute so schnell wie nie zuvor. Wir verstehen den Erhalt von Biodiversität als essenzielle Zukunftsaufgabe.

Welche Rolle spielt Seeberger im Projekt?

Die BioVal-Praxispartner untersuchen in „Reallaboren“ spezifische Fragestellungen zur Biodiversität im Produktlebenszyklus. Unser Thema: Der Anbau, als erster Teil der Lieferkette. Wir wollen erfahren, wie unser Einfluss auf Biodiversität im Ursprung gemessen und bewertet werden kann. Ziel des Seeberger-„Reallabors“ ist dann, beispielhaft zu zeigen, wie Erhalt und Förderung von Biodiversität grundsätzlich in das Lieferant:innen-Management integriert werden können. BioVal wird für uns künftig eine wichtige Rolle im Lieferant:innen-Monitoring spielen – nicht nur für den Aspekt Biodiversität. Die gemeinsamen Forschungserkenntnisse und Ergebnisse fließen in unser Lieferant:innen-Management ein.





STIFTUNG
STERNSCHNUPPEN FÜR KINDER

Die Stiftung der Inhaberfamilie „Sternschnuppen für Kinder“

Die private Stiftung „Sternschnuppen für Kinder“ von Seeberger Inhaber Clemens Keller und seiner Frau Alexandra will in Not geratenen Kindern und Jugendlichen auf der ganzen Welt nachhaltig helfen. Ein Schwerpunkt der Förderprojekte liegt auf den Bereichen Landwirtschaft und Ernährung. Neben finanzieller Unterstüt-

zung soll gezielte „Hilfe zur Selbsthilfe“ 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.

Die Sternschnuppen-Projekte

Guatemala: „Natur schützen – Bauernfamilien stützen“ *Nachhaltige Landnutzung (2021–2023)*

70 Prozent der Bauernfamilien der indigenen Landbevölkerung im Sololá Hochland sind arm. Zur Selbstversorgung übernutzen sie ihre natürlichen Lebensgrundlagen Wasser, Wald und Böden. Eine geregelte Landnutzung gibt es nicht. Wegen abnehmender Ernteerträge brennen viele Bäuerinnen und Bauern Waldflächen ab. Die gerodeten Flächen bringen allerdings nur wenige Jahre gute Erträge. Wertvolle Ackerfläche geht durch Bodenerosion in Bächen verloren, die Wasserqualität verschlechtert sich. Außerdem kämpfen die Bäuerinnen und Bauern gegen die zunehmende Trockenheit, verursacht durch den Klimawandel. Dieses Förderprojekt hilft mit Workshops, die Menschen für Umwelt- und Ressourcenschutz zu sensibilisieren und weitere landwirtschaftliche Einnahmequellen aufzubauen. Eine neue Wetterstation, ein Klimanetzwerk und die Aufforstung verlorener Waldfläche soll helfen, das lokale Klimageschehen besser zu bewerten und auf die Folgen des Klimawandels zu reagieren.





Burkina Faso, Westafrika: „One Class for all“ Inklusive Bildung in Armutsgebieten (2020–2023)

In Burkina Faso ist für ein Kind mit Behinderung die Wahrscheinlichkeit, nicht zur Schule zu gehen, mehr als doppelt so hoch wie für ein Kind ohne Behinderung. Die Stiftung unterstützt die internationale gemeinnützige Organisation „Light for the World“. Sie setzt sich seit über 30 Jahren für die Rechte und die gesellschaftliche Inklusion von Menschen mit Behinderungen in den Armutsgebieten der Erde ein. Dieses Projekt unterstützt Kinder mit Behinderung in der Provinz Kossi im Nordwesten von Burkina Faso, ihr Recht auf Bildung und ein selbstbestimmtes Leben wahrzunehmen. Dafür baut „Light for the World“ gemeinsam mit lokalen Partner:innen ein nachhaltiges unterstützendes Lernumfeld auf.

Nandapur, Westindien: Uppahar Student Care Centre Kinderbildung und -gesundheit (seit 2017)

Im Nandapur-Block im Distrikt Koraput in Odisha leben mehr als 20.000 Menschen verschiedener Stämme, Kasten und Religionen zusammen. Schon 2018 startete der Projektpartner „Uppahar“ hier das Uppahar Student Care Centre (USCC). Kinder aus armen Familien, deren Eltern nicht in der Lage sind ihre Kinder ausreichend zu versorgen, erhalten hier eine regelmäßige Gesundheitsversorgung, Bildungsunterstützung und täglich eine warme Mahlzeit. Uppahar motiviert die Kinder, sich für ihre Bildung zu interessieren und ermutigt Eltern, ihren Kinder eine gute Ausbildung zu ermöglichen.



Laufende Projekte

GUATEMALA

„Mehr als Mais für Maya-Kinder“ (2020–2022)

Ernährungsbildung, Nahrungssicherung, Verbesserung der Anbaumethoden, nachhaltige Bewirtschaftung und Landnutzung, Hygieneschulungen, Vertrauensaufbau zur Nutzung lokaler Gesundheitszentren. Ziel: Mangelernährung verhindern und Ernährungskompetenz stärken.

INDIEN

„Uppahar“: Kinderbildungsprojekte (seit 2017)

Unterstützung des Kinderhilfswerks „Uppahar“. Hilfe bei medizinischer Grundversorgung mit eintägigen „Uppahar Gesundheitscamps“ für verarmte Familien in entlegenen Dörfern. Hilfe für verschiedene Kinderbildungsprojekte: Ausstattung von Kindern armer Familien (Kastensystem) mit Schulmaterial, Uniformen, Bustickets und so die Möglichkeit zu schulischer Bildung. Unterstützung der Uppahar-Zentren zum Gelingen von Schulabschlüssen und Ernährungssicherung.

Abgeschlossene Projekte

GUATEMALA

„Ein gelungener Start ins Leben“ (2019–2021)

Vorschulförderung, Elternbildung und Gemeinschaftsorganisation in 16 Maya-Gemeinden im Atilán Hochland. Ziel: erfolgreiche Schulkarrieren, Bildungsförderung und Verhinderung von Armut.

Kleinbauern in Guatemala

Einkommens- und Ernährungssicherung von kleinbäuerlichen Betrieben im Hochland von Guatemala. Aufbau von Kompetenzen und Gemeinschaftsstrukturen: Feldschulen zum Aufbau von Mischkulturen, um die Abhängigkeit von nur einem Anbauprodukt zu verhindern. Kenntnisse zu nachhaltigem und ressourcenschonendem Anbau. Ausbau von Anbauprodukten z. B. Bananen, Honig (Bienenzucht), Kaffee.

» » **Alle Projekte anschauen:**
www.sternschnuppenfuerkinder.de

» » **Unsere Projektpartner:** Guatemala: *Vivamos Mejor, Asunción Vivamos Mejor, Panajachel*
Indien: *Hilfswerk „UPPAHAR“*
Burkina Faso, Westafrika: *„Light For The World“*

KLIMA SCHUTZ

VISION →

WIR WOLLEN EINE KLIMANEUTRALE LIEFERKETTE



Unsere Strategie



EMISSIONEN
MESSEN



EMISSIONEN
REDUZIEREN



EMISSIONEN
KOMPENSIEREN,
WO NICHT VERMEIDBAR



Unsere Ziele bis 2025

Jährliche Erstellung einer Unternehmensklimabilanz

Erstellung von drei exemplarischen Produktklimabilanzen

CO₂-Emissionen um 10% reduzieren im Vergleich zum Basisjahr 2019

Klimaneutral-Stellung des Unternehmens

Wir orientieren uns an folgenden SDGs



Klimaschutz bei Seeberger

Rekordtemperaturen, Dürren, Überschwemmungen – wir spüren den Klimawandel immer deutlicher. Und das nicht nur in weit entfernten Ursprungsländern. Auch in Europa zeigen sich die Veränderungen des Klimas zum Beispiel mit Unwettern, Gletscherschmelzen, enormer Hitze, weitflächigen Bränden und vielen weiteren Veränderungen. Was bedeutet das für uns?

Unsere Naturprodukte werden in vielen vom Klimawandel betroffenen Ländern angebaut. Ob Haselnusskerne aus Italien oder Walnüsse aus Chile: Die Veränderung des Klimas hat Auswirkung auf den Anbau und die Ernte

unserer Produkte weltweit. Wachstumszyklen verschieben sich, durch Überschwemmungen oder Spätfrost fallen Ernten geringer oder ganz aus. Der Klimaschutz ist also nicht nur eine politische oder gesellschaftliche Aufgabe. Für uns ist er – und wird zunehmend – Bestandteil alltäglicher Arbeitsabläufe und weitreichender strategischer Entscheidungen. Denn wir versprechen unseren Kund:innen nicht nur die herausragende Qualität unserer Naturprodukte. Wir wollen auch sicherstellen, dass sie im Ursprung noch für Generationen angebaut werden können.

Ohne Bilanz keine Strategie: Die Seeberger Klimabilanz

Schon seit 2013 erstellen wir unsere Klimabilanz. Sie ist der Ausgangspunkt und seitdem alle zwei Jahre auch das Ergebnis unserer Klimaschutzstrategie. Mit der Seeberger-Klimabilanz messen wir, wo CO₂-Emissionen am Standort und in der Produktion entstehen und in welcher Menge. Wie können wir diese Emissionen einsparen? Und, was können wir tun, falls es Bereiche gibt,

in denen das nicht möglich ist? Das sind die Aufgaben unserer Klimaschutzstrategie. Unsere Klimabilanz zeigt also auch die Wirksamkeit unserer Klimaschutzmaßnahmen. Sie zeigt, dass Seeberger Kolleg:innen in allen Unternehmensbereichen mit guten Ideen, effizienten Maßnahmen, in großen und in kleinen Schritten etwas für den Klimaschutz bewirken können.

Der nächste Schritt: Unser Weg zur Klimaneutralität

Unsere Vision ist eine klimaneutrale Lieferkette. Dafür bauen wir das Handlungsfeld Klimaschutz aus. Wir sparen Energie, wo immer möglich. Wir nutzen seit 2014 zu 100 Prozent Öko-Strom und zunehmend mehr E-Mobilität. Wir produzieren Energie selbst, mit modernen Photovoltaikanlagen – und vieles mehr.

Unser nächster Meilenstein: ein klimaneutrales Unternehmen mittels Kompensationsprojekten. CO₂-Emissionen, die wir nicht mit eigenen Maßnahmen einsparen können, kompensieren wir zukünftig mit sorgfältig ausgewählten, zertifizierten Klimaschutzprojekten.

Und wie geht es zur klimaneutralen Lieferkette? Zunächst mit einer weiteren Bilanz. Ab 2023 erstellen wir für unsere Produktkategorien Früchte, Nüsse und Kaffee jeweils eine exemplarische Produktklimabilanz. Mit ihren Ergebnissen machen wir uns auf den Weg zu klimaneutralen Lieferketten.



Austausch der Karton-, Folien- und Müllpressen

Die Container werden durch einen optimierten Prozess nur noch dann abgeholt, wenn systemseitig der Füllstand als „voll“ gemeldet wird. Dadurch haben wir einen geringeren Energiebedarf, vermeiden unnötige Abholfahrten und senken somit den CO₂-Ausstoß.



Sanierung der Fenster im Produktionsbereich

Die Fenster in unserer Produktion wurden in zwei Schritten gegen 3-fach verglaste Alu-Fenster ausgetauscht. Die neuen Fenster sind energetisch optimiert und enthalten einen Wärmeschutz.



Kaffeerösterei „Vorher“
mit alten Leuchtmitteln



Kaffeerösterei „Nachher“
mit LED

Umrüstung der Beleuchtung auf LED

Unsere Leuchtmittel am Standort wurden und werden schrittweise auf LED-Beleuchtung umgestellt. Somit erzielen wir einen reduzierten CO₂-Ausstoß von rund 250 Tonnen im Jahr.

Was haben wir bis jetzt erreicht?





VISION →

WIR WOLLEN EINE KLIMANEUTRALE LIEFERKETTE

Unsere Strategie



1

EMISSIONEN
MESSEN



2

EMISSIONEN
REDUZIEREN



3

EMISSIONEN
KOMPENSIEREN,
WO NICHT VERMEIDBAR



1

EMISSIONEN
MESSEN



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unsere Ziele bis 2025

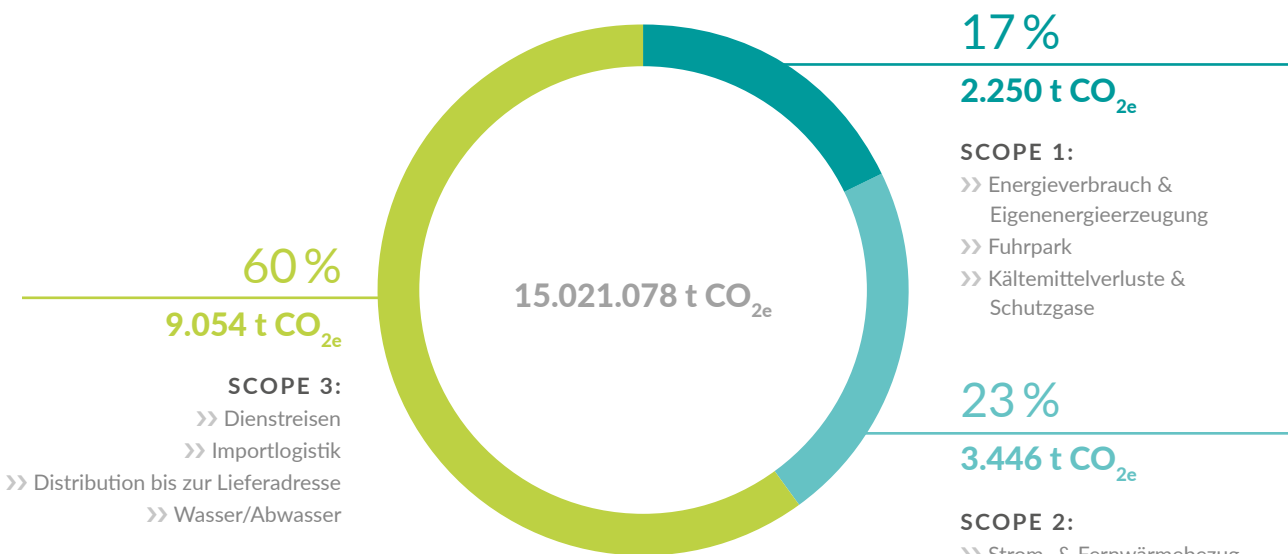
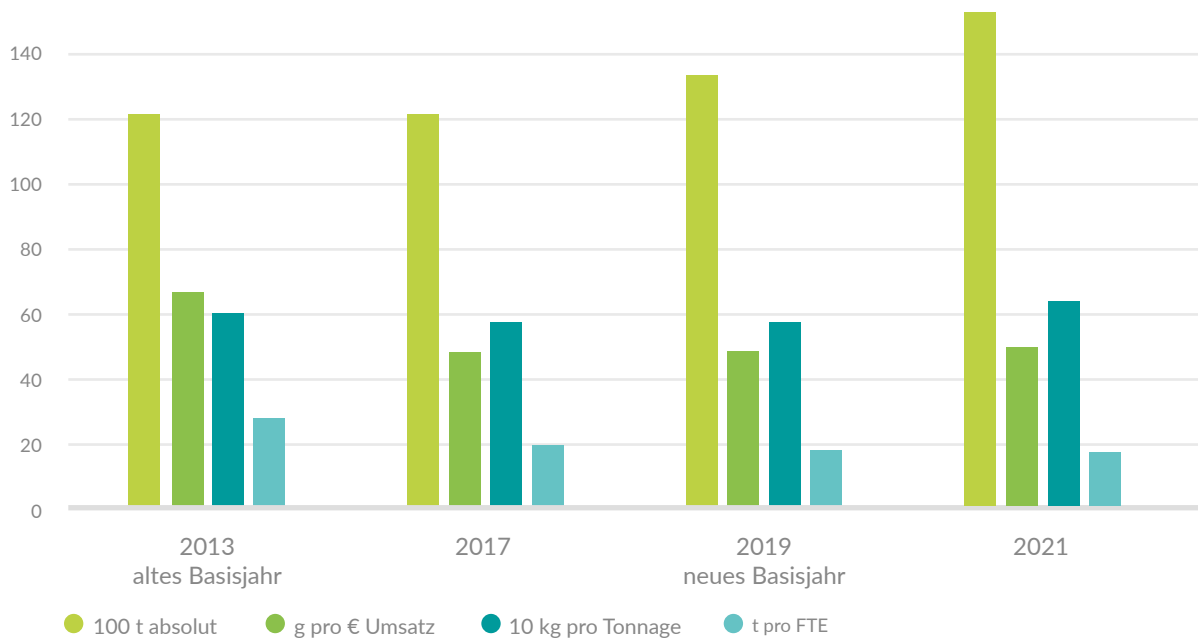
Jährliche Erstellung
einer Unternehmensklimabilanz

Erstellung von drei
exemplarischen Produktklimabilanzen

Die Seeberger Klimabilanz

Auf Grund der starken Nachfrage nach Nüssen & Früchten während der Corona-Pandemie ist Seeberger gewachsen – gleichzeitig war die Logistik der Warenströme sehr herausfordernd. Auf Grund dieses Wachstums und den Herausforderungen in der Logistik, sind auch unsere Emissionen absolut gestiegen. Relativ betrachtet, pro Mitarbeitende (FTE) oder pro € Umsatz

sind unsere Emissionen jedoch gleich geblieben oder etwas gesunken. Unserem Ziel, bis 2025 weitere 10% einzusparen, sind wir nur ein kleines Stück näher gekommen – aber die Richtung stimmt. Ab 2022 wollen wir es noch genauer wissen: Wir erstellen dann unsere Unternehmensklimabilanz jährlich und wollen auch exemplarisch drei Produktklimabilanzen berechnen.



*CO_{2e} = beinhaltet neben Kohlenstoffdioxid weitere Treibhausgase



2

EMISSIONEN REDUZIEREN



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unser Ziel bis 2025

CO₂-Emissionen um 10% reduzieren im Vergleich zum Basisjahr 2019

Emissionen reduzieren heißt: Energie sparen oder selbst erzeugen

Wie schaffen wir es klimaschädliche CO₂-Emissionen zu reduzieren und so das Klima zu schützen? Wir sparen Energie ein. Und wir erzeugen sie selbst – natürlich regenerativ. Und das schon seit 2016 mit dem Auf- und Ausbau von Photovoltaikanlagen. Wir modernisieren unsere Betriebsbereiche und kaufen energieeffiziente Produktionsmaschinen mit dazugehörigem Energiemanagement. Unser modernes Hochregallager: wird

natürlich gekühlt mit Grundwasser. Unsere Stromversorgung: Bereits seit 2014 zu 100 Prozent Öko-Strom. Viele weitere Maßnahmen zur Reduktion von CO₂-Emissionen haben wir in Bereiche zusammenfasst, in denen sie maßgeblich entstehen. Und in denen die Menschen arbeiten, die mithelfen sie immer weiter zu reduzieren. Denn dazu gibt es bei Seeberger Initiativen, Weiterbildung und jede Menge Engagement.

Energie sparen: Beispiele für mehr Klimaschutz

MOBILITÄT

- » Anteil E-Autos im Fuhrpark erhöhen (aktuell 8 Prozent) und Ladestationen ausbauen
- » Klimafreundliches Mobilitätskonzept für Mitarbeiter:innen: Angebot kostenfreie Jahresfahrkarte für den öffentlichen Nahverkehr und „JobRad“.
- » Angebot App „Twogo“ für Fahrgemeinschaften mit Nachbarfirmen





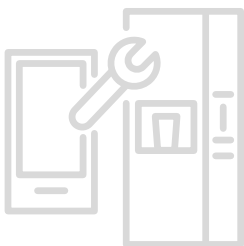
INFRASTRUKTUR

- » seit 2014 100 Prozent Öko-Strom
- » Photovoltaik ausbauen auf 60 Prozent
- » LED-Beleuchtung ausbauen
- » Kauf neuer, energieeffizienter Maschinen und Anlagen
- » Energieeffiziente Gebäudetechnik: Sanierungsmaßnahmen der Gebäudehülle zum Beispiel Fenster-Wärmeschutzverglasung im Produktionsbereich
- » Energieeffiziente Kälteanlagen im Hochregallager
- » Austausch der Karton-, Folien- und Müllpressen auf modernere Varianten, die automatisch dem Entsorger melden, wenn der Füllstand erreicht ist und erst dann abgeholt werden (bisher fester Turnus, egal wie hoch der Füllstand)
- » Flure und WCs mit Bewegungsmeldern für die Beleuchtung



TRANSPORTLOGISTIK

- » Umweltschonende Transportlogistik für unsere Rohwaren mit Schiffstransporten (93 Prozent Schiff, 7 Prozent Bahn/LKW)
- » Verzicht auf Transporte per Luftfracht
- » Container möglichst voll beladen
- » Weniger Transportgewicht: Trocknen von Früchten, häufig unter Nutzung von Sonnen- oder regenerativer Energie, findet im Ursprung statt. So wird weniger Gewicht im Vergleich zu Frischware transportiert. So sparen wir Transportenergie und CO₂ ein.
- » Klimaneutraler Paketversand an Kund:innen mit „Go Green“

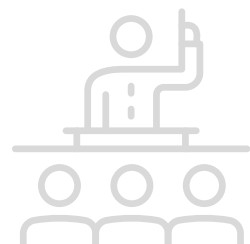


DIENSTLEISTUNGEN

- » Energieeffiziente Kaffee- und Snackautomaten bei unseren Firmenkunden
- » Reduzieren der Kontrollfahrten unseres Außendienstes: Wartung der Kaffee- und Snackautomaten bei unseren Firmenkunden mit elektronischer Datenübertragung per Telemetrie

FORTBILDUNG & ENGAGEMENT

- » IHK-Ausbildungsprogramm für unsere Azubis: EnergieScouts
- » Mitarbeiter-Initiativen für Nachhaltigkeit: Seeberger NaturWelt-Botschafter:innen und Seeberger Ideenwerkstatt



Naturprodukte aus allen Herren Länder – muss das sein?

Unsere Naturprodukte beziehen wir aus über 40 Ländern weltweit. Sie werden genau dort angebaut, wo die Wachstumsbedingungen optimal sind.

Dass exotische Naturprodukte nicht „direkt um's Eck“ angebaut werden (können), ist uns allen klar. Doch was ist mit Haselnüssen oder Äpfeln, die auch in Deutschland angebaut werden? Die könnten bei Seeberger doch auch aus Deutschland in die Tüte kommen – mit weniger Entfernungskilometern bis zum Standort in Ulm und ohne lange Reisen zu müssen?

Leider geht die Rechnung nicht ganz auf. Das liegt daran, dass zum einen leider viel zu geringe Mengen bereitstehen. Zum anderen werden nicht viele Sorten eines Produktes angeboten, sodass wir nicht auf von uns gewünschte Qualitäten zurückgreifen können.

Uns ist bewusst, dass bei der Importlogistik unserer Früchte, Nüsse und Kaffees – aus ihren zum Teil weit entfernten Anbaugebieten – klimaschädliche Emissionen entstehen.

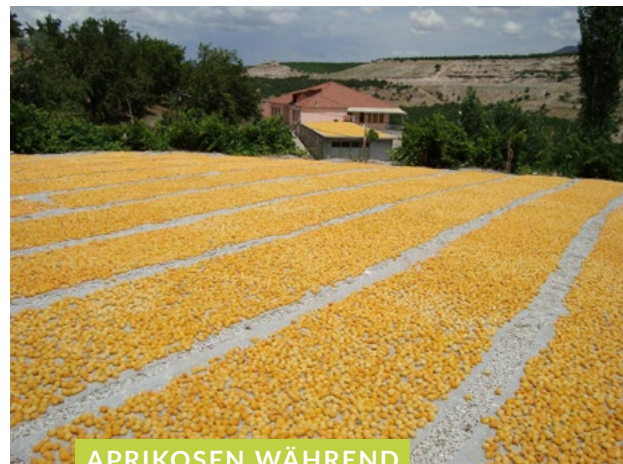


BERGFEIGEN WÄHREND
SONNENTROCKNUNG

Aus diesem Grund wird ein Großteil ihrer Verarbeitung direkt dort vor Ort vorgenommen: Früchte, z. B. Bergfeigen, werden direkt im Anbaugbiet in der Türkei getrocknet – das bedeutet weniger Gewicht bei ihrem Transport. Statt das energieintensive Trocknen in Öfen wird dort per Sonne getrocknet – das spart CO₂ ein.

Und auch, wenn es ein wenig länger dauert, verreisen unsere Naturprodukte grundsätzlich nie mit dem Flugzeug, sondern mit dem Schiff und anschließend per Bahn und LKW.

Da wir unsere Rohwaren nicht Just-in-time geliefert bekommen, achten wir verstärkt auf voll beladene Container, um so möglichst wenige Fahrten zu haben.



APRIKOSEN WÄHREND
SONNENTROCKNUNG



3

EMISSIONEN KOMPENSIEREN, WO NICHT VERMEIDBAR



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

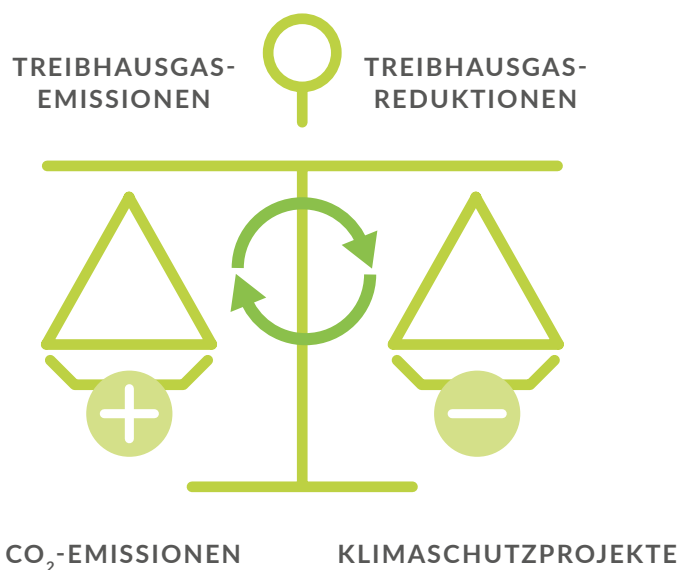
Unser Ziel bis 2025

Klimaneutralstellung des Unternehmens ab 2022

Was bedeutet „Klimaneutrales Unternehmen“?

Mit Energiesparmaßnahmen und der Energieerzeugung aus regenerativen Quellen reduzieren wir die Entstehung klimaschädlicher CO₂-Emissionen. Doch es gibt Unternehmensbereiche, in denen das nur bedingt oder gar nicht möglich ist. Das betrifft zum Beispiel den Energiebedarf für die Röstung und die Verpackung von Kaffee, Nüssen und Früchten oder ihren Transport. Nicht

vermeidbare CO₂-Emissionen wie diese können zum Beispiel mit dem Kauf von CO₂-Zertifikaten aus Klimaschutzprojekten ausgeglichen werden. Um unser Ziel der Klimaneutralität zu erreichen, kompensieren wir ab 2022 mit sorgfältig ausgesuchten und zertifizierten Klimaschutzprojekten.



GEMEIN SCHAFT

VISION →

WIR WOLLEN EIN ATTRAKTIVER UND GEFRAGTER PARTNER SEIN



Unsere Strategie



**VERBINDENDE UNTERNEHMENS-
KULTUR UND -WERTE STÄRKEN**



**ATTRAKTIVE
ARBEITSWELTEN SCHAFFEN**



Unsere Ziele bis 2025

Aufbau Projekt „EIN SEEBERGER“ zur Stärkung unseres Gemeinschaftsgefühls.
Projektziel: Ausbau Mitarbeitenden-Programm „Seeberger-Family“ für die gesamte Seeberger-Gruppe

Aufbau einer einheitlichen Führungskultur für die gesamte Seeberger-Gruppe

Erweiterung und Anpassung der Mitarbeitenden-Beteiligung auf die gesamte Seeberger-Gruppe

Leistung fördern und fordern, um gemeinsam erfolgreich zu sein

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



Die Seeberger-Gemeinschaft

Seeberger wächst. In den letzten Jahren haben wir über Unternehmenszukäufe neue Kundenkreise und Geschäftsfelder erschlossen. Und viele neue Kolleg:innen dazu gewonnen. Eine Bereicherung, weil wir so spannende Impulse und Ideen für unseren gemeinsamen Arbeitsalltag erhalten. Und dieser gemeinsame Arbeitsalltag funktioniert schon gut.

Doch es gibt Themen, die einfach viel Zeit brauchen. Das sind ganz praktische oder strukturelle Aufgaben: Wie gestalten wir einheitlichere Gehaltsstrukturen und Arbeitsbedingungen. Wie integrieren wir IT-Systeme? Genauso wichtig ist: Wie finden wir zu gemeinsamen

Werten und einer gemeinsamen Unternehmenskultur? Wie wir als wachsende, diverse und agile Gemeinschaft miteinander arbeiten, ist ein Prozess, den wir gemeinsam gestalten.

Ein Prozess allerdings, der in den letzten zwei Jahren wegen wechselnder Corona-Regeln und Arbeitsschutzverordnungen viel aushalten musste. Was nehmen wir aus dieser Zeit mit? Auch viel Gutes, denn Corona hat zu einem erneuten Digitalisierungs- und Modernisierungsschub geführt. Und zu einer Neubewertung von Themen wie flexibles und mobiles Arbeiten.

DIE SEEBERGER GRUPPE

Seeberger 

SEEBERGER GMBH
Natürliche Snacks

Zielgruppe: Handel und Endverbraucher



Seeberger 

SEEBERGER PROFESSIONAL GMBH
Kaffee, Tee

Zielgruppe: Gastronomie & Firmenkunden

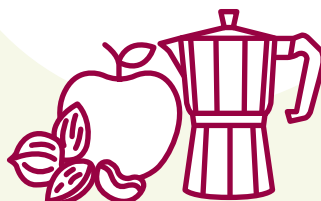
› Viele Zukäufe in den letzten 5 Jahren



Seeberger 

**GENUSS
WELT**

SEEBERGER GENUSSWELT GMBH
Shop, Café, Erlebnisswelt, Konzerenzräume,
Events, Mitarbeitenden-Restaurant



Was haben wir bisher erreicht?



VERBINDENDE UNTERNEHMENS- KULTUR UND -WERTE STÄRKEN

● Konzept für die Vereinbarkeit von Beruf und Pflege. Die Angebote sind Bestandteil des Mitarbeitenden-Programms „Seeberger Family“.

● Unser Compliance Management System wurde um Korruption und Whistleblowing erweitert.

● Code Of Conduct: Aktueller Stand wird geprüft für die neue Seeberger-Struktur inklusive Unternehmenszukunft.

● Führungskompetenz wurde (und wird weiter) mit Workshops ausgebaut.

● 30 Prozent der PEP@SB-TN haben weiterführende Funktionen übernommen. Bei weiteren 50 Prozent von ihnen hat sich der Verantwortungsbereich innerhalb der bestehenden Funktion/Position erweitert.



ATTRAKTIVE ARBEITSWELTEN SCHAFFEN

● Einführung der „Business-Team“-Organisation. Alle Seeberger-Geschäftsbereiche haben ein Business-Team. Die Business-Team-Mitglieder stehen allen Abteilungen als feste Ansprechpartner:innen für ihre Themen und Projekte zur Verfügung. Sie greifen sie in ihren Abteilungen auf, koordinieren oder verteilen Aufgaben. Die Business-Team-Mitglieder treffen sich regelmäßig und diskutieren interdisziplinär aktuelle Themen.

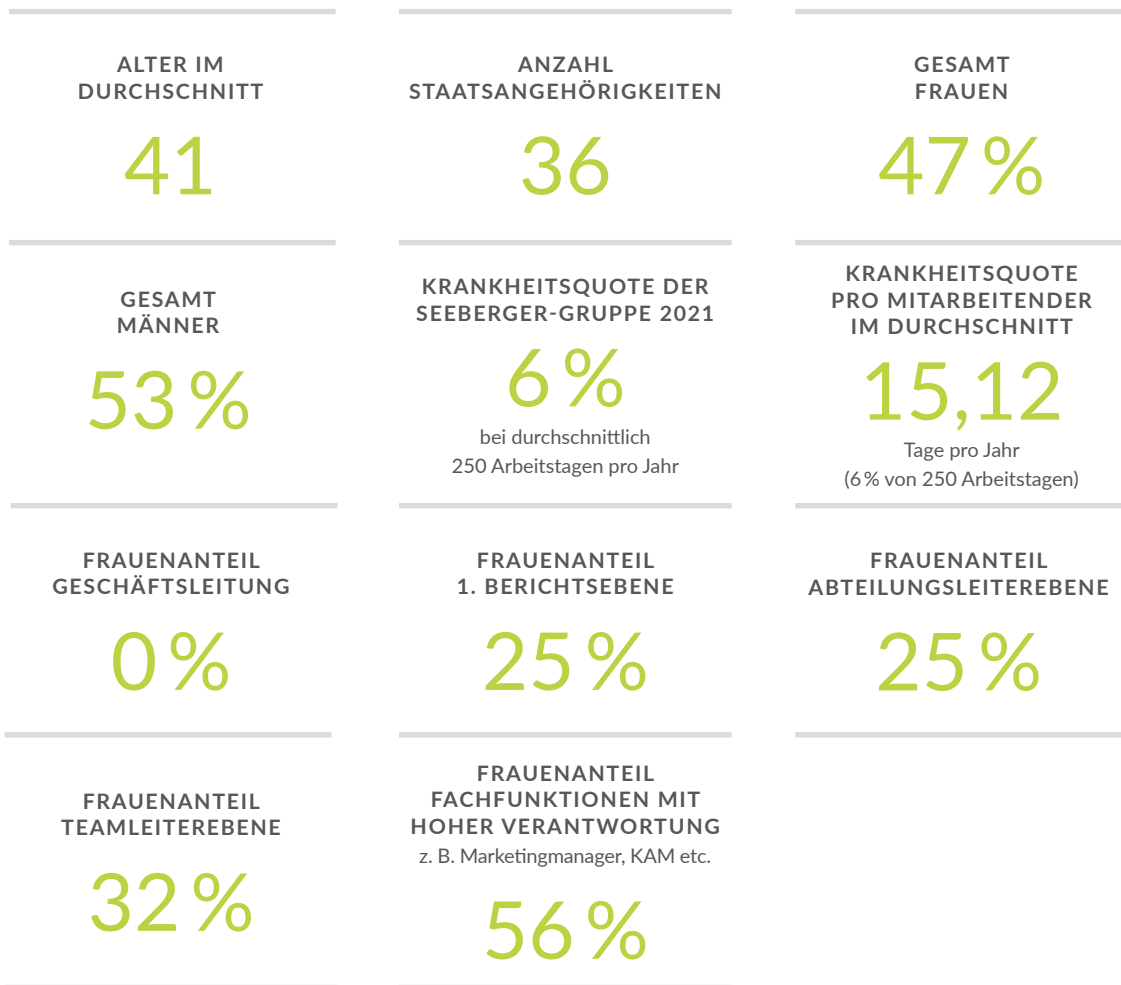
● Zertifizierung des Compliance-Management-Systems: Zwei von drei Stufen des Zertifizierungsprozess sind abgeschlossen. Die dritte Stufe wird aktuell umgesetzt.

2019

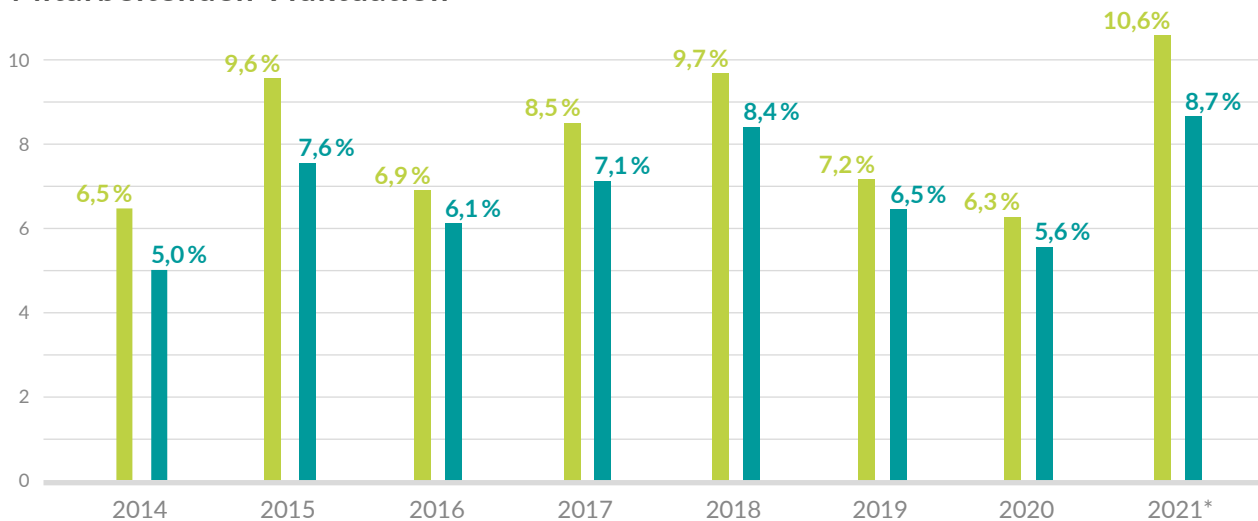
2020

2020
2021

Arbeiten bei Seeberger in Zahlen



Mitarbeitenden-Fluktuation



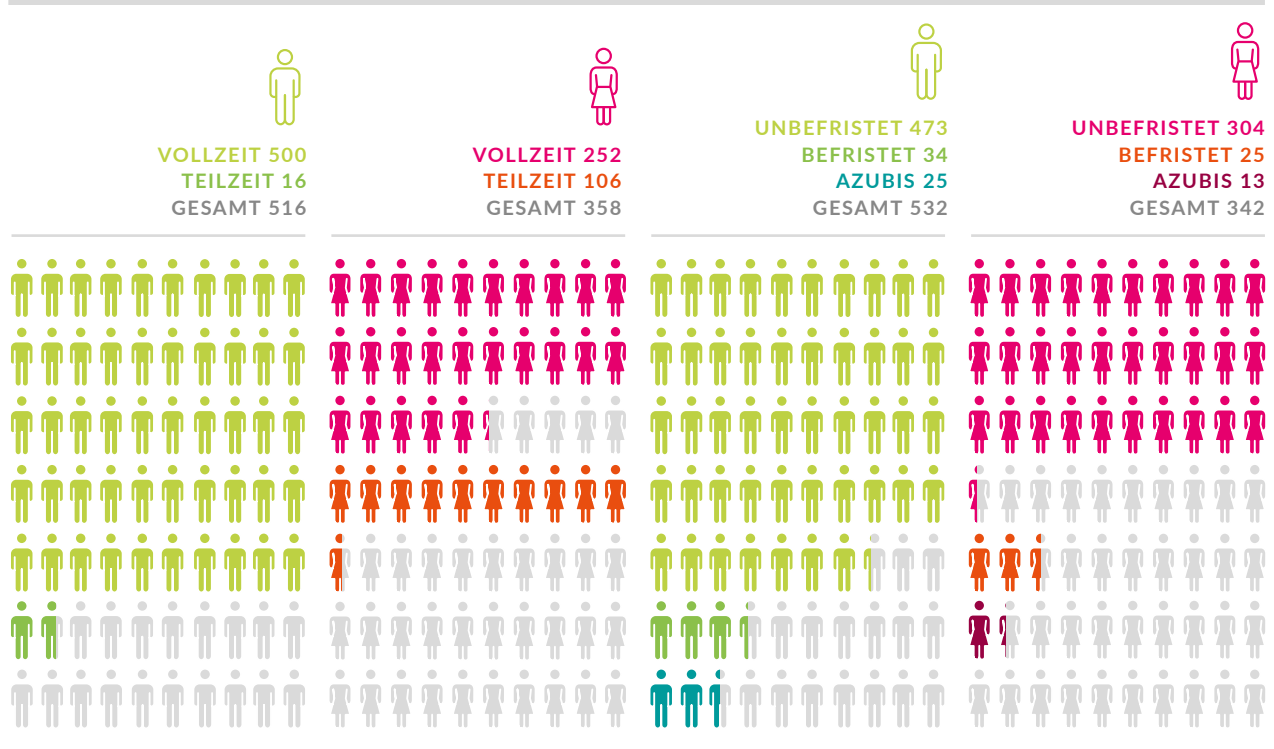
● Fluktuation gesamt

● ohne natürliche Fluktuation

*Datenlage: Bis 2020 Seeberger GmbH, ab 2021 Seeberger-Gruppe

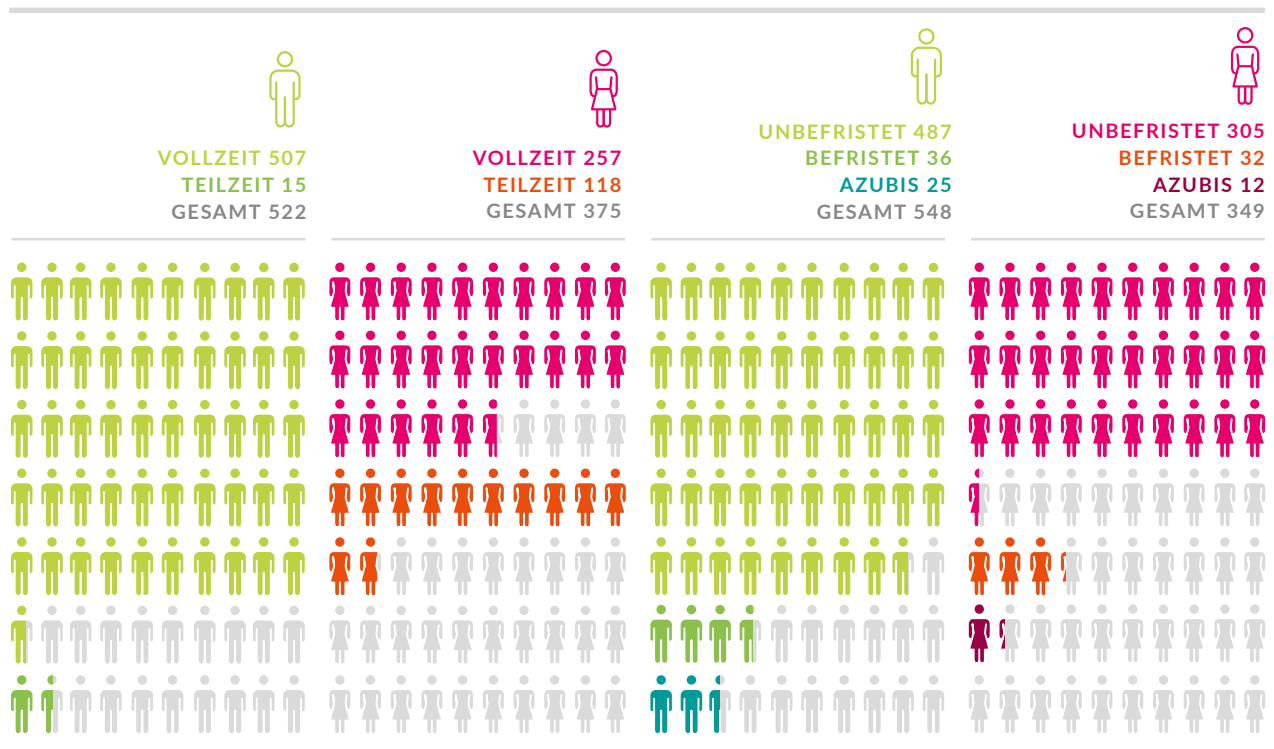
Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bei Seeberger

2020



MITARBEITER & MITARBEITERINNEN GESAMT IN 2020: 874

2021



MITARBEITER & MITARBEITERINNEN GESAMT IN 2021: 897

VISION →

WIR WOLLEN EIN ATTRAKTIVER UND GEFRAGTER PARTNER SEIN

Unsere Strategie



1

VERBINDENDE
UNTERNEHMENSKULTUR
UND -WERTE STÄRKEN



2

ATTRAKTIVE
ARBEITSWELTEN
SCHAFFEN



1

VERBINDENDE UNTERNEHMENSKULTUR
UND -WERTE STÄRKEN



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unsere Ziele bis 2025

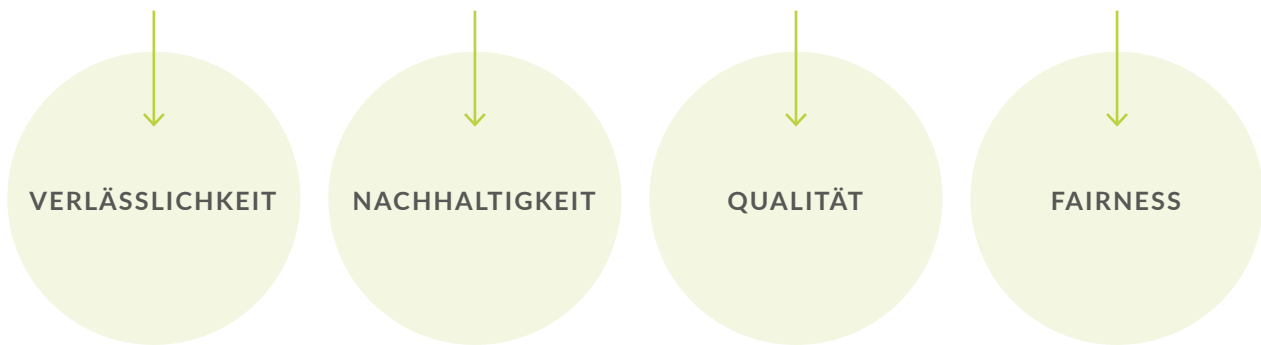
Aufbau Projekt
„EIN SEEBERGER“
zur Stärkung unseres
Gemeinschaftsgefühls.
Projektziel: Ausbau
Mitarbeitenden-
Programm
„Seeberger-Family“
für die gesamte
Seeberger-Gruppe

Aufbau einer
einheitlichen
Führungskultur
für die gesamte
Seeberger-Gruppe

Erweiterung
und Anpassung der
Mitarbeitenden-
Beteiligung auf
die gesamte
Seeberger-Gruppe

Leistung fördern
und fordern,
um gemeinsam
erfolgreich zu sein

Die Seeberger Unternehmenswerte



Unser Leitbild

Seit Generationen wächst unser Unternehmen mit nur einem Rohstoff: Naturprodukten. Ohne optimale Anbaubedingungen im Ursprung und das hohe Engagement unserer Mitarbeiter:innen und Lieferanten:innen weltweit, ist unser Unternehmenserfolg nicht möglich.

Dafür tragen wir Verantwortung. Sicherheit dafür geben unsere Unternehmenswerte. Sie bestimmen seit Generationen, wer wir heute sind und wer wir in Zukunft sein werden.

Die Seeberger-Gruppe: Gemeinschaft im Wandel

Unsere Unternehmensstruktur ist durch Unternehmenszukäufe der letzten zwei bis fünf Jahre deutlich heterogener geworden. Die Gesellschaften der Seeberger-Gruppe haben aber nicht nur unterschiedliche Organisationsstrukturen. Auch grundsätzliche Arbeitsbedingungen wie die Entlohnung, Arbeitszeiten, die

Anzahl der Urlaubstage oder die Benefits sind anders gestaltet. 2022 analysieren wir die gegenwärtigen Leistungsstrukturen der Seeberger-Gesellschaften. Im Anschluss können wir mit den Ergebnissen gemeinsam Koordinationsaufgaben priorisieren und entsprechende Maßnahmen ableiten.

Eine gemeinsame Führungskultur

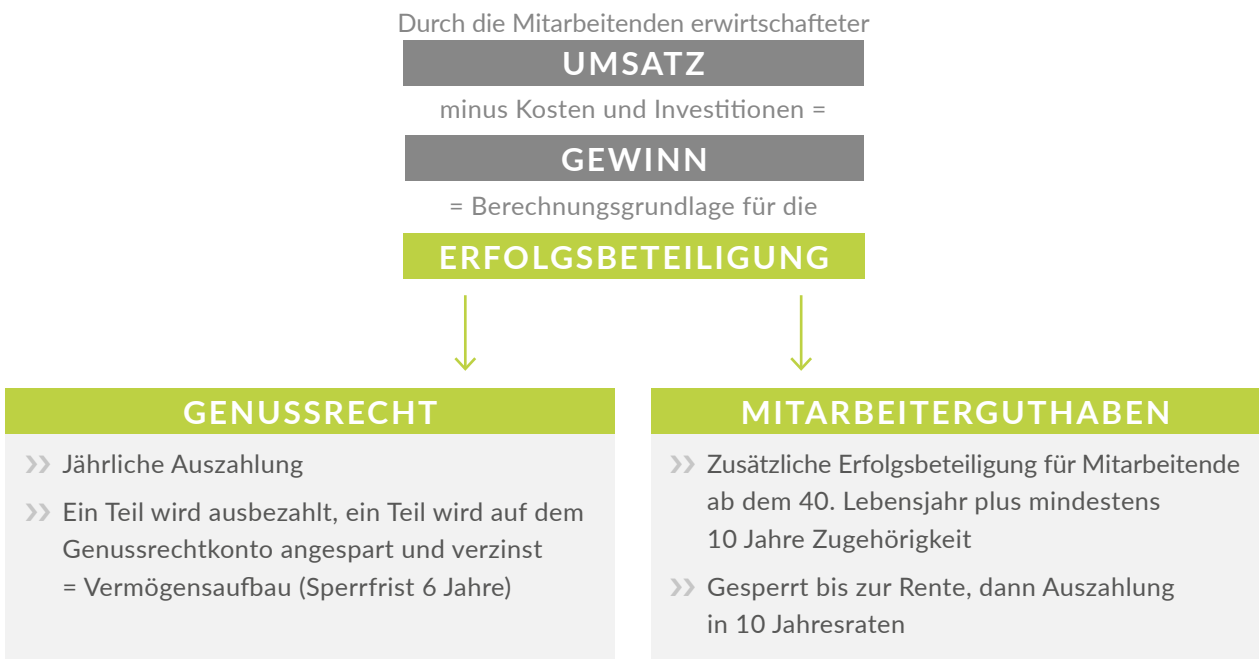
Gute Führung ist ein Erfolgsfaktor. Ein gemeinsames Verständnis von Führung – ist keine leichte Aufgabe. Aus diesem Grund haben wir ein einheitliches Führungskräfteprogramm für alle Gesellschaften der Seeberger-Gruppe aufgelegt. Mit diesem Programm bilden und stärken wir individuell und gemeinschaftlich die Führungskompetenz unserer Führungskräfte.

In Ergänzung zu unserem Programm bilden wir Führungskräfte anlassbezogen und bedarfsorientiert weiter. Auch im Arbeitsalltag unterstützen wir sie: In unserer Personalabteilung arbeitet ein Team von „Business-Partner:innen“, die Führungskräfte fachbereichsspezifisch bei wichtigen Entscheidungen und Führungsthemen beraten.

Die Seeberger Mitarbeitenden-Beteiligung

Wir beteiligen Mitarbeiter:innen an der Gestaltung unseres Unternehmens – und am Erfolg. Über unsere beiden Mitarbeitenden-Beteiligungsmodelle erhalten sie jährlich eine gewinnabhängige Erfolgsbeteiligung sowie eine attraktive, gewinnabhängige Verzinsung auf ihre Beteiligung am Unternehmenskapital. Diese Anlage und

die Verzinsung des Kapitals unterstützt einen langfristigen Vermögensaufbau. Unser Ziel ist es, unsere Mitarbeitenden-Beteiligung auf Basis eines konsolidierten Jahresabschluss künftig für die gesamte Gruppe auszubauen und dabei dennoch die Leistung der jeweiligen Gesellschaft zu berücksichtigen.



Seeberger Family: Wir alle sind „Seeberger:innen“

Wir sind ein Familienunternehmen: Dazu gehört für uns ein wertschätzendes und respektvolles Miteinander. Und eine ausgewogene Work-Life-Balance. Dafür bieten wir unseren Mitarbeiter:innen in Ulm umfangreiche Zusatzleistungen in unserem Mitarbeitenden-Programm „Seeberger Family“. Neben Angeboten, die helfen Stress zu verringern oder abzubauen wie Kita-Plätzen, Sport und Massagen, fördern wir mit abwechslungsreichen Aktivitäten auch den Seeberger-Teamgeist.

Und den wollen wir standortübergreifend. Mit unserem Projekt „EIN SEEBERGER“ sollen die Leistungen von Seeberger Family daher zukünftig, unabhängig vom Standort in Ulm, allen Mitarbeiter:innen zugänglich sein. Ein Anfang ist gemacht: Unser Angebot „JobRad“ gilt schon heute deutschlandweit. Aktuell arbeiten wir am Ausbau unseres Sportangebots, den „Pflegelotsen“ und dem Mitarbeiter:innen-Rabatt für den Seeberger-Online-Shop.

Eine Genusswelt für alle

Am liebsten hätten wir unsere „Seeberger Genusswelt“ mit einem lauten Paukenschlag als Gesamt-Genusskonzept eingeweiht. Leider hat auch hier Corona zu vielen Verzögerungen geführt. Doch aufgeschoben ist nicht aufgehoben: der Paukenschlag kommt in 2022 mit einem Sommerfest für die große Seeberger Gemeinschaft.





2

ATTRAKTIVE ARBEITSWELTEN SCHAFFEN



WIE SCHAFFEN WIR DAS?

Unsere Ziele bis 2025

Erarbeiten und verabschieden der Betriebsvereinbarung „Mobiles Arbeiten“

Aufbau einer transparenten und motivierenden Gehaltsstruktur

Aufbau Arbeitsgruppe „New Work“ zum Schwerpunktthema Vernetzung und Kooperation

Betriebsvereinbarung „Mobiles Arbeiten“

Während der Pandemie ist mobiles Arbeiten zu einem festen Bestandteil unserer Arbeitswelt geworden. Inzwischen haben wir gelernt, die Vorteile mobiler Arbeit mit denen des klassischen Präsenz-Büroalltags zu verbinden. Mehr noch: Mit einer neuen Betriebsvereinbarung „Mobiles Arbeiten“ sollen dafür bis 2025 die

Rahmenbedingungen und eine Rechtsgrundlage geschaffen werden. In unserem bewegten Arbeitsalltag stellen wir fest: Die richtige Mischung macht's und wir müssen die optimale Kombination der verschiedenen Arbeitsweisen finden.

Transparente und motivierende Gehaltsstruktur

„Bedienen des Fernschreibgerätes“. So zum Beispiel lautet eine Arbeitsbeschreibung aus dem Gehalts- und Lohngruppenplan des Groß- und Außenhandels in Baden-Württemberg von 1995. Er ist für die Seeberger GmbH als tarifgebundenes Unternehmen die Basis für die Eingruppierung unserer Mitarbeiter:innen. Weil veraltete Tätigkeiten wie diese nicht zu unseren Arbeitsprofilen passen und auch nur ein kleiner Teil unserer

Aufgaben und Kompetenzen von diesem Plan erfasst wird, haben Betriebsrat und Personalabteilung das Projekt „Neubewertung Eingruppierungen“ ins Leben gerufen. Gemeinsam mit Fachbereichsverantwortlichen der Abteilungen erstellen sie neue Jobcluster mit aktuellen, passenden Tätigkeitsbeschreibungen. Auf Basis der neuen Cluster finden sie dann eine gemeinsame Lösung für die angemessene Neubewertung und Eingruppierung.

Arbeitsgruppe „New Work“

Selbstverständlich ist „New Work“ auch in einem Familienunternehmen mit über 175 Jahren Tradition ein aktuelles Thema. Die Corona-Krise hat die Digitalisierung unserer Arbeitsbereiche extrem beschleunigt – das unterstützt moderne Arbeitsstrukturen. New Work nehmen wir aber nicht nur digital oder organisatorisch ernst. Wir wollen auch partizipative Strukturen und mehr Eigenverantwortung für Mitarbeitende. Wir wissen, bei uns arbeiten viele Menschen, die bereit sind

Neues auszuprobieren. Unsere neue Projektgruppe „New Work“ arbeitet daran, Arbeitsstrukturen für mehr Mitgestaltung zu öffnen. Denn kommen nicht die vielleicht besten Ideen für die Gemeinschaft aus der Gemeinschaft? Aktueller Schwerpunkt der „New Work“-Projektgruppe sind die Themen interne Vernetzung und Kommunikation für mehr Kooperation und weniger „Silo-Denken“.

Damit punkten wir schon lange: Auszeichnungen und Initiativen

Apropos New Work: Auch 2020 und 2021 wurden wir wieder mit dem „Employer Branding Award“ der Hochschule Neu-Ulm (HNU) ausgezeichnet. Der Award ist Ergebnis der „Employer Branding Studie“: Etwa 1.000 Studierende der Hochschulen Neu-Ulm und Ulm, der Hochschule für Kommunikation und Gestaltung Ulm und der Universität Ulm werden zu Bekanntheit, Attraktivität, Bewerbungsbereitschaft und Sympathie der 40 umsatzstärksten Unternehmen mit mindestens 500 Mitarbeiter:innen in der Region befragt.

Das Ergebnis: Seeberger ist unter den Top 3 Arbeitgebern. In der Kategorie Sympathie sind wir sogar Spitzenreiter. Vielleicht liegt das auch an den kreativen Videoclips unserer Azubis auf dem neuen Seeberger-TikTok-Kanal (@seeberger_de). Mitgestalten wollen auch unsere Mitarbeiter:innen-Initiativen „Seeberger Ideenwerkstatt“ und „NaturWelt-Botschafter:innen“. Jedes Jahr realisieren sie zahlreiche Nachhaltigkeits- und Effizienz-Projekte im Arbeitsalltag.

AUSZEICHNUNG:
TOP ARBEITGEBER DER REGION
»EMPLOYER BRANDING AWARD«, 2020/2021:
PLATZ 3



GRI-NR.	GRI-KURZBESCHREIBUNG	SEITE	INHALT, HINWEISE UND ERGÄNZUNGEN
GRI 102 – ALLGEMEINE ANGABEN			
Organisationsprofil			
102-1	Name der Organisation		Seeberger Gruppe
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	11	Unser Unternehmen, Unternehmenskennzahlen
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 China (Shanghai), Frankreich (Paris) und im Baltikum (Riga).
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		Die Muttergesellschaft ist 100-prozentige Eigentümerin der Seeberger Gesellschaften und befindet sich im Familienbesitz
102-6	Belieferte Märkte	11	Unser Unternehmen, Seeberger Märkte
102-7	Größe der Organisation	11	Unser Unternehmen
			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	72&73	Gemeinschaft, Arbeiten bei Seeberger in Zahlen
102-9	Lieferkette der Organisation	40 ff	Lieferkettenverantwortung
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		Eröffnung Genusswelt 2021
102-11	Vorsorgeansatz der Organisation		Seeberger Qualität Audits und Zertifizierungen
102-12	Externe Initiativen		Für die Berichterstattung wurden international anerkannte Standards wie das Greenhouse-Gas-Protokoll und die Richtlinien der Global Reporting Initiative angewendet. Seit 2015 beteiligen wir uns am Global Compact, der weltweiten Initiative der Vereinten Nationen für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Engagement im Nachhaltigkeitsbereich: Forschungsvorhaben BioVal und Initiative Holy Grail
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen		Wichtige Mitgliedschaften, bei denen die Seeberger Gruppe 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. - ASU - die Familienunternehmen - Bundesverband Mitarbeiterbeteiligung - AGP - BDSI Bundesverband der deutschen Süßwarenindustrie e.V. und German Sweets
Strategie			
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	6&7	Vorwort
Ethik und Integrität			
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	12 ff	NaturWelt - Unsere Nachhaltigkeitsstrategie
Unternehmensführung			
102-18	Führungsstruktur der Organisation		4 Geschäftsführer (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) Seit 2015 ist Nachhaltigkeit in den Unternehmenszielen verankert. Seit 2022 Stabstelle Nachhaltigkeit
Einbindung von Stakeholdern			
102-40	Liste der einbezogenen Stakeholder-Gruppen	14	Unsere Stakeholder
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	15	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		NaturWelt – Unsere Nachhaltigkeitsstrategie
102-47	Liste der wesentlichen Themen		Unsere vier Fokusthemen
102-48	Neudarstellung von Informationen	12 ff	NaturWelt – unsere Nachhaltigkeitsstrategie
102-49	Änderungen in der Berichterstattung	15 ff	Weiterentwicklung des Wesentlichkeitsprozesses siehe Wesentlichkeitsmatrix
102-50	Berichtszeitraum	12 ff	01.01.2020 bis zum 31.12.2021
102-51	Veröffentlichung des letzten Berichts	15	Dezember 2020
102-52	Berichtszyklus		2-jährig
102-53	Kontaktstelle für Fragen bezüglich des Berichts		Verena Schädler, Nachhaltigkeitsbeauftragte, naturwelt@seeberger.de
102-54	Die von der Organisation gewählte „In Übereinstimmung“-Option		Dieser Bericht wurde in Anlehnung an den GRI-Standard „Kern“ erstellt
102-56	Externe Prüfung		Externe Erstellung der Klimabilanz, ohne Erstellung eines Prüfberichts
GRI 103 MANAGEMENTANSATZ			
103-1-3	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	16&17	Unsere vier Handlungsfelder
GRI 200 ÖKONOMIE			
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	10	Geschäftszahlen
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 300 ÖKOLOGIE			
Materialien			
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen		Kein Datenmaterial vorhanden
Energie			
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	63	Siehe Klimabilanz
302-3	Energieintensität	63	Siehe Klimabilanz

GRI-NR.	GRI-KURZBESCHREIBUNG	SEITE	INHALT, HINWEISE UND ERGÄNZUNGEN
GRI 300 ÖKOLOGIE			
Energie			
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	62 ff	Siehe Klimabilanz
302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	62 ff	Siehe Klimabilanz
Wasser und Abwasser			
303-1			Gesamtvolumen der Wasserentnahme: 100 % aus der Stadtwasserleitung; keine Fremdwasserentnahme keine Wasseraufbereitung oder Grauwassernutzung
Schutzgebiete			
304-1	Eigene oder gemietete Standorte in oder angrenzend an Schutzgebiete		Keine
Emmissionen			
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	63	Siehe Klimabilanz
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	63	Siehe Klimabilanz
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	63	Siehe Klimabilanz
305-4	Intensität der THG-Emissionen	62 ff	Siehe Klimabilanz
305-5	Senkung der THG-Emissionen	62 ff	Siehe Klimabilanz
Abfall			
306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	18 ff	Fokusthema Kreislaufwirtschaft
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	40 ff	Siehe Lieferkettenverantwortung: Seeberger Monitoringkreislauf
GRI 400 SOZIALES			
Beschäftigung			
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	72&73	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 16 (2021) Personen aus den Bereichen Betriebsrat, Technikleitung, Betriebsleitung, Leitung Haustechnik, interne Sicherheitsbeauftragte, externe Sicherheitsfachkraft, Betriebsärztin). Seeberger-family Gesundheitsangebote
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste		Betriebsärztin
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		Betriebsrat und ASA (Arbeitssicherheitsausschuss) und Arbeitssicherheitsbeauftragter (extern)
403-5	Mitarberschulungen 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	72	Aktueller Status Frauenanteil: Geschäftsleitung: 0%, 1. Ebene: 25%, Abteilungsleitung: 25%, Teamleitung: 35%, Fachfunktionen mit hoher Verantwortung: 56%
405-2	Verhältnis des Gehalts von Männern und Frauen	72	Für die Höhe des Grundgehalts und übertariflicher Zulagen sind die Mitarbeiterkategorie, Aufgabentätigkeit und Anzahl der Berufsjahre ausschlaggebend. Frauen und Männer werden gleich behandelt.
Nichtdiskriminierung			
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		Keine
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen			
407-1	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte		Wird im Rahmen des Lieferantenmonitorings abgefragt und bei Besuchen vor Ort überprüft
Kinder- und Zwangsarbeit			
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit		Wird im Rahmen des Lieferantenmonitorings abgefragt und bei Besuchen vor Ort überprüft
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit		Wird im Rahmen des Lieferantenmonitorings abgefragt und bei Besuchen vor Ort überprüft
Menschenrechte			
412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde		Keine
Soziale Bewertung der Lieferanten			
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden		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 Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung		Keine
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten		Keine
Sozioökonomische Compliance			
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		Keine

KONTAKT

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

NATURWELT@SEEBERGER.DE



VERENA SCHÄDLER
SEEBERGER

NACHHALTIGKEITSBEAUFTRAGTE

IMPRESSUM

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

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

Redaktion:
Verena Schädler, Seyda Keles
Sabine Jörg, Bettina Stein

Layout:
Hanschur Gestaltung



Der Umschlag dieses Nachhaltigkeitsberichts wurde mit **FSC-zertifiziertem** Crushpapier der Firma Römerturm gestaltet. Das Papier enthält Bestandteile aus der Mandelernte. Mandeln werden nach der Ernte in der Lebensmittel- und Kosmetikproduktion verarbeitet. Die Nebenprodukte werden zu feinem Pulver mikronisiert und im nachhaltigen und ökologischen Papier Crush kreativ weiterverarbeitet.

Bis zu **15%** Mandel-Papier

40% Altpapier

Rest Frischfaserzellstoff

100% Produktion mit „grüner Energie“

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

Dieser Bericht wurde klimaneutral gedruckt mit Climate Partner.



