

## Projekt Nachhaltigkeit

Stand: 01.10.2024

Unser mittelständisches Bäckereiunternehmen steht vor der spannenden Herausforderung, sich in einem dynamischen Marktumfeld zu behaupten und kontinuierlich weiterzuentwickeln. Dabei sind wir bestrebt, im Sinne der Nachhaltigkeit für die kommenden Generationen einen positiven Beitrag zu leisten und unseren Ressourcenverbrauch zu senken.

Im Rahmen eines umfassenden Nachhaltigkeitsprojektes haben wir mithilfe der Experten von der einfach.effizient Treuhand Unternehmensberatung untersucht, welche Interessen unsere Anspruchsgruppen verfolgen, welche positiven und negativen Auswirkungen mit unseren handwerklichen Produkten verbunden sind und mit welchen Risiken wir uns in der Zukunft konfrontiert sehen. Auf Basis dieser Perspektiven konnten wir wesentliche Handlungsfelder identifizieren, die für unsere strategische Ausrichtung eine besondere Bedeutung haben (werden).

### Anspruchsgruppenanalyse:

- Zunächst wurden wesentliche Stakeholdergruppen identifiziert sowie ihre Bedeutung gewichtet. Anschließend wurde erarbeitet, welche Interessen bei unseren Stakeholdern im Fokus stehen und wie wir diese berücksichtigen (können).
- Zentrale Anspruchsgruppen sind vor allem Mitarbeitende und Kunden. Zu den wesentlichen Themen zählen bspw. die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, die Förderung der Gesundheit von Mitarbeitenden, ein differenziertes hochwertiges Bäckerei- und Kuchen-sortiment sowie angemessene Preise.

### Produktscreening:

- Im Rahmen des Produktscreenings wurden drei repräsentative Produkte ausgewählt und analysiert. Beleuchtet wurden sowohl die positiven als auch negativen Auswirkungen der Produkte entlang der Wertschöpfungskette, bspw. in Bezug auf die Themengebiete Klima, Lebensmittelabfall und Tierwohl.
- Zu den positiven Auswirkungen zählt bspw. der teilweise regionale Getreideanbau sowie die regionale Auf- und Weiterverarbeitung der Mehle. Das Regionalargument gilt auch für Saisonfrüchte (bspw. Erdbeeren und Pflaumen) sowie für Weidemilch und Schaleneier.
- Die negativen Auswirkungen umfassen bspw. die Nitratbelastung durch die Milchviehwirtschaft sowie den Methanausstoß der Wiederkäuer bei Verwendung tierischer Produkte im Angebotsspektrum.

## Chancen- und Risikoanalyse:

- Im Zuge der Chancen- und Risikoanalyse wurden diverse Themengebiete, wie Wasserrisiken und der demografische Wandel bewertet. Neben der Bewertung wurden Maßnahmen gegen die angenommenen Risiken erarbeitet.
- Ergebnis der Analyse ist, dass der demografische Wandel, die Datensicherheit nebst Cyber Security, die Reputation sowie Klimarisiken, wie Hitzewellen, Wasserknappheit, Starkniederschlag und Überschwemmungen zu den relevantesten Risiken zählen.

Es lässt sich festhalten, dass die für uns relevanten Fokusthemen die Themengebiete Mitarbeitergewinnung und -bindung, Energiemanagement, Klimaänderung und Tierwohl sind.

In Bezug auf das Energiemanagement hat der Betrieb in Mönchhof im 2. HJ 2023 eine ausreichend dimensionierte 220 kWp-PV-Anlage in Betrieb genommen. Meyer Mönchhof geht ab dem 01.01.2025 auch in den Filialen (nebst Betrieb) einen Schritt weiter: Es wird dann **ausschließlich** 100% ok power-zertifizierter Ökostrom aus Deutschland, u.a. aus hiesigen Windkraftanlagen, bezogen. Weiterhin wurden betriebliche Schaltzeiten von technischen Anlagen und maschinelle Auslastungen (Ofenmanagement, Belegungsplanung) optimiert; Spitzenlasten konnten gesenkt werden. Folge: Spürbare Energieeinsparungen (vgl. aktueller Energieauditbericht nach DIN EN 16247-1).

Meyer Mönchhof ist sich bewusst, dass die Steuerung der Nachhaltigkeit ein langfristiger und v.a. dauerhafter Prozess ist. Dieses Thema wird zum roten Faden, einer stärker am Gemeinwohl - im Hinblick auf Mitarbeitende und Gesellschaft - ausgerichteten Strategie. Von der Unternehmensleitung wird dieser Umstand ausdrücklich begrüßt und aktiv gefördert.

Es wird nun darum gehen, viele Erkenntnisse aus den empirischen Analysen zu verarbeiten. Das wird auch bedeuten, selbstkritisch zu sein und den einen oder anderen Perspektivwechsel zu vollziehen. Die Unternehmensgruppe beabsichtigt, gemeinsam mit ihrer Kundschaft und ihren Mitarbeitenden, heutige wie künftige Ressourcen zu schonen und rücksichtsvoll zu agieren. Die hierfür notwendige kommunikative Überzeugungsarbeit, soll nach innen wie nach außen dem bisherigen Credo folgen und offen wie authentisch sein: Backkultur seit 1872.

Unternehmensgruppe Meyer Mönchhof

ppa. *T. Stockinger*

(Thomas Stockinger – Geschäftsleitung)