



Wir veredeln mit Genuss.

UNSERE VERANTWORTUNG FÜR DIE ZUKUNFT

JAHRES- & NACHHALTIGKEITSBERICHT

'14

DIE UELZENA-GRUPPE



506

MIO. KG

MILCHANLIEFERUNG



37,56

CENT/KG

AUSZAHLUNGSPREIS



557

MIO. EURO

UMSATZ



655

MITARBEITER



Sehr geehrte Damen und Herren,

das Geschäftsjahr 2014 war für die Uelzena eG erneut wirtschaftlich überaus erfolgreich. Vor allem freut mich, dass mit 37,56 Cent/kg wiederholt ein wettbewerbsfähiges Milchgeld an unsere Mitgliedsunternehmen gezahlt werden konnte. Dabei haben wir im Vergleich zu 2013 mehr Milchrohstoffe verarbeitet, außerdem weitere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingestellt und zu guter Letzt unsere Eigenkapitalquote verbessert.

Das ist auch das Ergebnis unserer Marktstrategie, die wir seit 2004 konsequent verfolgen und die auf kundenorientierte Individualisierungen zielt – mit dem Fokus auf Industriegeschäften. Gleichzeitig haben wir unsere strategischen Geschäftsbereiche Zutaten, Instantgetränke und Gesundheitsprodukte Stück für Stück weiterentwickelt. Angetrieben sind wir bei alledem von einem Ziel: Wir wollen nicht zu den Größten unserer Branche zählen, sondern zu einem der Besten.

Eine erfolgreiche und auf Qualität aufbauende Unternehmensstrategie verpflichtet gleichzeitig, ihre ökologischen und gesellschaftlichen Grundlagen zu sichern. Für Genossenschaften mit enger Beziehung zu landwirtschaftlichen Betrieben ist nachhaltiges Wirtschaften naturgemäß eine Selbstverständlichkeit. Es gehört zum Alltag. In den vergangenen Jahren ist jedoch auf vielen Ebenen der Wirtschaftsbeziehungen das Informationsbedürfnis rund um das Thema Nachhaltigkeit deutlich gestiegen. Es geht beispielsweise um Fragen der Ressourcennutzung, um die Einhaltung von Arbeitnehmer- und Menschenrechten sowie um den gesellschaftlichen Beitrag des Unternehmens.

Daher haben wir uns entschlossen, unsere geschäftliche Berichterstattung um diesen Nachhaltigkeitsbericht zu erweitern. Die Aufbereitung orientiert sich an den Kriterien der internationalen GRI-Richtlinie (Global Reporting Initiative), basiert auf einer Bestandsaufnahme der Jahre 2012 bis 2014 und zeigt Uelzenas Weg zu einer integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie. Der Nachhaltigkeitsbericht wird für uns auch die Grundlage sein, im Dialog mit verschiedenen Interessengruppen rund um Uelzena – etwa Mitglieder, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten – die Unternehmensleitlinien zu überarbeiten.

Dabei birgt unser erster, integrierter Jahres- und Nachhaltigkeitsbericht der Uelzena-Gruppe bereits einige sehr erfreuliche Entwicklungen, wie zum Beispiel die Reduzierung des CO₂-Ausstoßes unserer Werke. Weitere künftige Schwerpunkte unseres Engagements sind die weitere Verstärkung der Arbeitgeber-Attraktivität und die Verbesserung unseres Beitrags zur Entwicklung der Regionen, in denen wir tätig sind.

Wir freuen uns auf diesen Weg. Begleiten Sie uns auch in Zukunft und schenken Sie uns Ihr Vertrauen.

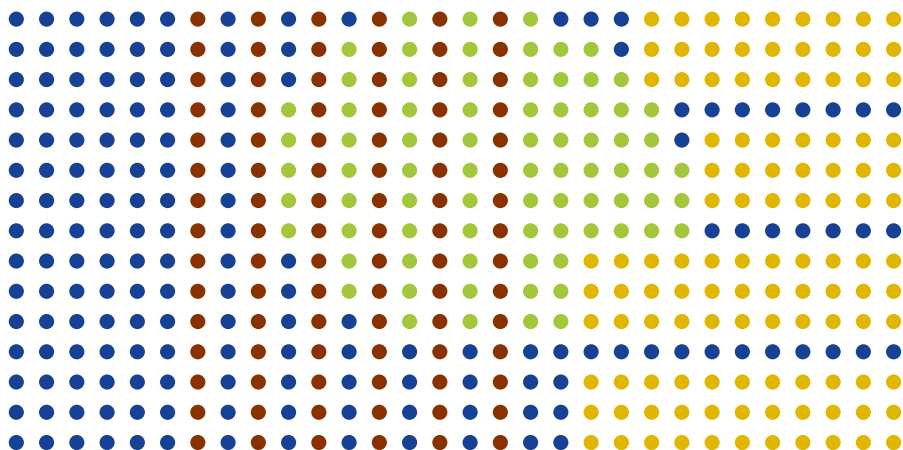
CLAUS-PETER WITT
Vorstandsvorsitzender der Uelzena eG

INHALT

08

UNTERNEHMENS-
PORTRÄT

DIE UELZENA-GRUPPE IST EIN UNTERNEHMEN
MIT GANZ UNTERSCHIEDLICHEN EIGENSCHAFTEN
– UND VIELEN OPTIONEN FÜR DIE ZUKUNFT.



12

STRATEGIE



16

NACHHALTIGKEITS-
MANAGEMENT

NUR WENN WIR NACHHALTIGKEIT
EFFIZIENT MANAGEN, ERREICHEN WIR
UNSERE ZIELE. HIERFÜR
BAUEN WIR DIE STRUKTUREN AUF.

18

JAHRESBERICHT

DAS WAR 2014

28

ROHSTOFFE

WIE WIR VERANTWORTUNG IN
UNSERER LIEFERKETTE
ÜBERNEHMEN – UND WARUM
DAS FÜR DIE UELZENA-GRUPPE
SO WICHTIG IST.

34

QUALITÄT

WIE WIR INNOVATIVE QUALITÄTS-PRODUKTE MASSGESCHNEIDERT HERSTELLEN.

38

UMWELT

WACHSTUM UND UMWELTSCHUTZ – WIR BRINGEN DAS SCHEINBAR UNVEREINBARE MITEINANDER IN EINKLANG.

42

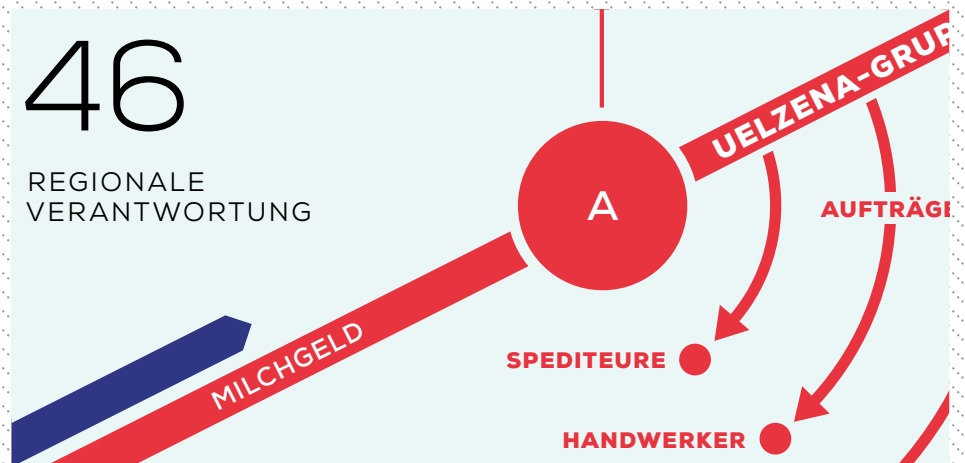
MITARBEITER



WIR INVESTIEREN IN DIE KOMPETENZ UND MOTIVATION UNSERER MITARBEITER. DENN WIR HABEN VIEL MIT IHNEN VOR.

46

REGIONALE VERANTWORTUNG



48

GRI-INDEX

WELCHE GRI-KRITERIEN SIND FÜR UNS WESENTLICH? UND WO GENAU BERICHTEN WIR ÜBER SIE? DER INDEX WEISS ES.

54

MITGLIEDER DER ARBEITSGRUPPE

EIN GANZES TEAM TREIBT BEI UENZENA DAS THEMA NACHHALTIGKEIT VORAN. DIE MITGLIEDER IN DER ÜBERSICHT.

55

IMPRESSUM

ÜBER DIESEN BERICHT

Dies ist unser erster integrierter Jahres- und Nachhaltigkeitsbericht. Er bilanziert unsere ökonomischen, sozialen und ökologischen Auswirkungen im Jahr 2014. Die Angaben in diesem Bericht beziehen sich auf die gesamte Uelzena-Gruppe mit dem Schwerpunkt auf alle vier Werksstandorte. Der Berichtszeitraum entspricht unserem Geschäftsjahr, das vom 1. Januar 2014 bis zum 31. Dezember 2014 reicht. Um zugleich die ersten Entwicklungen aufzuzeigen, führen wir vielfach auch Werte aus den Jahren 2013 und 2012 zum Vergleich auf.

Mit dieser Dokumentation möchten wir Transparenz gegenüber unseren Anspruchsgruppen (Stakeholdern) schaffen. Sie können so abgleichen, ob wir ihren Ansprüchen gerecht werden und eine positive Entwicklung durchlaufen. Denn natürlich ist es unser Ziel, unsere Leistungen stetig zu verbessern. Dafür entwickeln wir strategische Ziele und geeignete Maßnahmen. Die Arbeit an den Berichten initiiert und forciert diesen Entwicklungsprozess.

GRI 4.0: Orientierung und Abweichungen

Wir orientieren uns an dem international anerkannten GRI-Reporting-Standard 4.0 Food Processing und beabsichtigen, diesen entlang von Kernkriterien umzusetzen. Da es unser erster Bericht ist und wir uns noch in einer Lern-, Aufbau- und Orientierungsphase befinden, streben wir derzeit noch keine Zertifizierung an. Außerdem behalten wir uns vor, in bestimmten Punkten von den Vorgaben des GRI-Standards 4.0 abzuweichen. So werden wir zum Beispiel nicht alle Indikatoren-Anforderungen vollständig erfüllen können, weil wir bestimmte Datenerhebungsverfahren erst noch aufbauen und anpassen müssen. Dennoch möchten wir die bereits vorliegenden Teil-Informationen berichten. Aus diesem Grund werden wir dieses Jahr die von GRI 4.0 abweichenden Statusangaben „voll/teilweise/nicht berichtet“ anwenden.

Prinzipien der Berichterstellung und Materialitätsanalyse

So weit es uns möglich war, haben wir die GRI-Prinzipien beachtet. Um etwa das Prinzip der Wesentlichkeit zu erfüllen, ist es notwendig, eine regelmäßige Materialitätsanalyse durchzu-

führen, mit der die wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte für die Berichterstattung ermittelt werden. Damit haben wir begonnen. Die Auswahl der Aspekte und ihre Priorisierung präsentieren wir in der Grafik auf der rechten Seite. Für den 2014-Bericht haben wir diese Analyse unternehmensintern durchgeführt. Dabei sind unsere langjährigen Erfahrungen mit den relevanten Stakeholdern eingeflossen. In den nächsten Jahren wollen wir unsere Stakeholder direkt in diese Analyse miteinbeziehen.

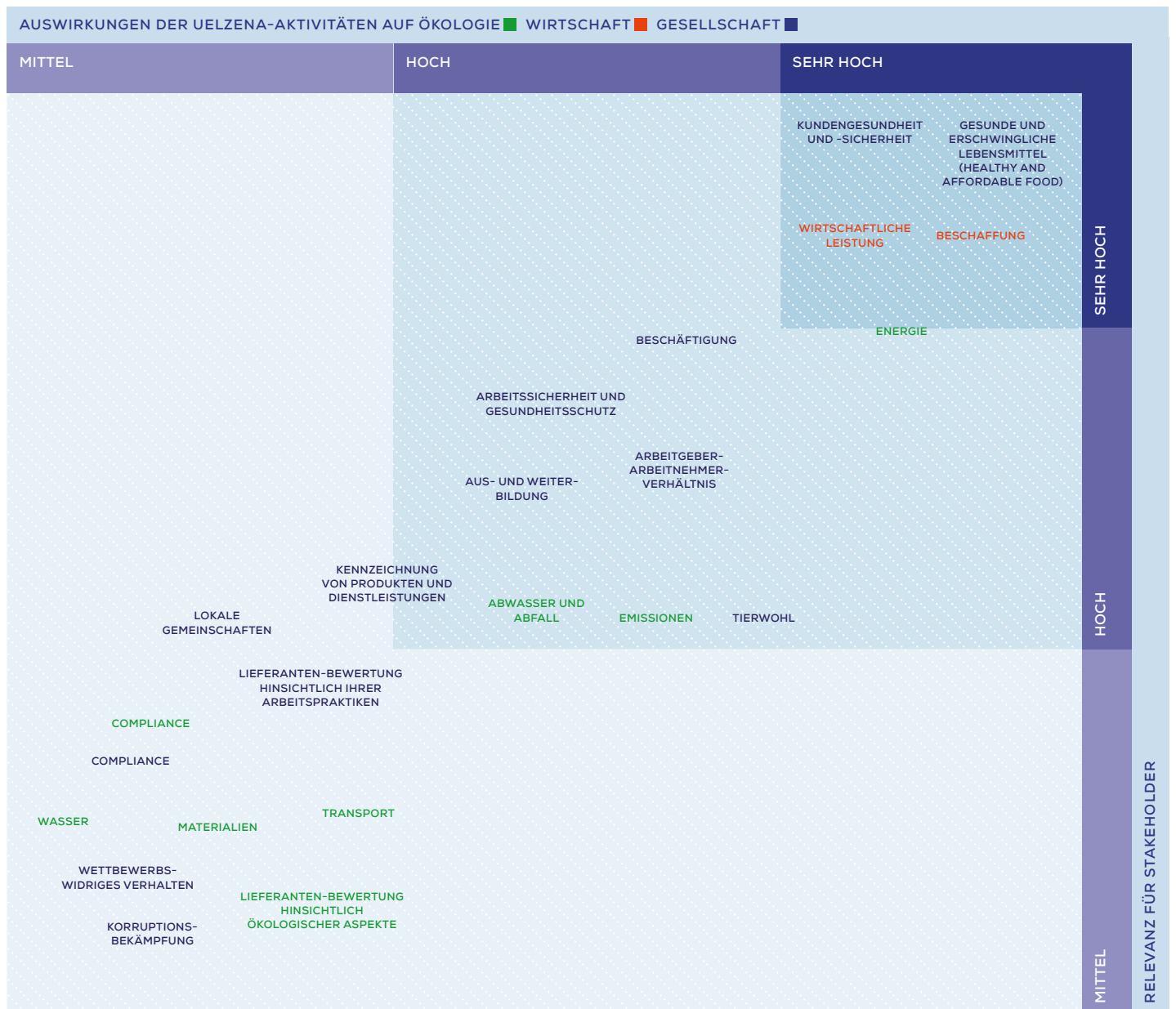
Inhalte und Kapitel

Wir haben uns für eine integrierte Berichterstattung entschieden. Wir starten mit einem kurzen Unternehmensporträt. Wer die Uelzena-Gruppe noch nicht kennt, erhält hier einen guten Überblick über unsere Kompetenzen, Standorte, die Besonderheiten unserer genossenschaftlichen Organisationsform sowie unsere wichtigsten Kunden. Es folgt das Kapitel über die integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie der Uelzena-Gruppe. Hier zeigen wir, welche Ziele wir uns setzen und wo unsere Handlungsfelder liegen. Das anschließende Kapitel „Nachhaltigkeitsmanagement“ erklärt, wie wir diesen Prozess von der Zielentwicklung bis zur Umsetzung handhaben und organisieren. Nach diesem theoretischen Überbau stellen wir die zentralen Aktionsfelder vor, in denen wir nachhaltig aktiv sind und werden wollen. Dazu gehören unsere wirtschaftlichen Geschäftstätigkeiten, Qualitätssicherung, Rohstoffbeschaffung, betrieblicher Umweltschutz, Mitarbeiter und regionale Verantwortung.

Qualität der Berichterstattung

Wie sichern wir die Qualität der Berichterstattung? Der redaktionelle Prozess sieht mehrere interne Feedback-Schleifen vor. So wollen wir inhaltliche Fehler vermeiden. Zukünftig wollen wir die Meinung wichtiger Stakeholder wie unserer Mitglieds-molkereien noch stärker in die Berichterstattung über unser nachhaltiges Engagement einfließen lassen. Wir werden unsere Qualitätssicherung im Berichtswesen weiter optimieren. Zudem beziehen wir uns in allen Texten mit allgemeinen Bezeichnungen grundsätzlich auf weibliche und männliche Personen gleichermaßen.

DIE HANDLUNGSFELDER DER UELZENA-GRUPPE



A stylized map of Europe is shown in a light gray color. A large red rectangular box is overlaid on the map, containing white text. The map includes a dotted pattern in the southern and eastern regions. A dashed line runs diagonally across the map. Two specific locations are marked with black dots and labeled: 'AMSTERDAM' in the Netherlands and 'PARIS' in France.

INNOVATIV, KOMPETENT, NORDDEUTSCH

Aus Milch haltbares Milchpulver machen – diese Idee stand ganz am Anfang der Uelzena eG.

● PARIS

● AMSTERDAM



KOPENHAGEN ●

LANGENHORN

WASBEK

SCHMALFELD

STRUVENHÜTTEN

GUDOW

RATZEBURG
SCHOPPE & SCHULTZ

LÜCHOW

UELZEN
UELZENA
HOCHBUTTER

WARMSSEN
WARMSENER SPEZIALIATÄTEN

BISMARCK
ALTMARK-KÄSEREI

BISMARCK

HARBARNSEN

PRAG ●

● MITGLIEDSMOLKEREIEN-STANDORTE ● WERKSSTANDORTE

Heute stellen wir für die internationale Lebensmittelindustrie vielfältige Produkte und Zutaten her – maßgeschneidert, innovativ und immer hochwertig. Doch eines ist auch nach über 60 Jahren unverändert: Wir produzieren immer noch in Norddeutschland, natürlich mit frischer Milch aus der Region.

Vor mehr als 60 Jahren wurde die Uelzena eG in Norddeutschland gegründet, einer Kernregion der Milcherzeugung in Europa. Als Genossenschaft verarbeiteten wir vor allem die Milchüberschüsse unserer Mitglieder zu haltbarem Milchpulver weiter. Das war der Ursprung der heutigen Uelzena-Gruppe. Rasch kamen neue Kompetenzen hinzu. Heute verarbeiten wir Milchfette, stellen milchbasierte Zutaten und Produkte her, produzieren Trockenerzeugnisse ganz ohne Milch und haben uns als Dienstleister für die lebensmittelverarbeitende Industrie positioniert, insbesondere als Spezialist für innovative, maßgeschneiderte Lebensmittelzutaten.

Produkte mit exakten Eigenschaften

Unsere Kompetenzen in der Verarbeitung sind: Trocknen, Mischen, Fraktionieren, Emulgieren, Homogenisieren, Standardisieren und Verpacken. Wir bieten unseren Kunden somit nicht

nur Expertise bei der Umsetzung anspruchsvoller Produktanforderungen, sondern auch ein breites Sortiment an hochwertigen Lebensmittelzutaten. Dazu gehören Milchpulver und -fette mit exakt eingestellten sensorischen Eigenschaften ebenso wie empfindliche Lohntrocknungsprodukte wie Aromen, Naturfarbpulver und Würzstoffe.

Fünf Standorte, mehr als 650 Mitarbeiter, viele Spezialkompetenzen

Mit der Ausweitung unserer Kompetenzen wuchs auch das Unternehmen. Mittlerweile beschäftigen wir mehr als 650 Mitarbeiter an den insgesamt fünf Standorten in Uelzen, Bismark, Ratzeburg, Warmßen und unserem Vertriebsstandort in Saarbrücken. Hinzu kommt unsere Beteiligung an der MTW Milchtrockenwerk Norddeutschland GmbH in Neumünster, einem der größten und modernsten Milchtrockenwerke Euro-

WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Welche wirtschaftliche Leistung erbringt ein Unternehmen heute und in Zukunft? Diese Frage ist für viele Stakeholder von herausragendem Interesse. Sind sie doch in unmittelbarer oder mittelbarer Weise betroffen. Investoren etwa möchten wissen, ob ihr Geld gut angelegt ist. Mitarbeiter interessiert, ob ihr Arbeitsplatz langfristig sicher ist. Und für die regionale Öffentlichkeit ist es wichtig, inwieweit Firmen zur

Wirtschaftskraft beitragen. So gibt etwa EC1 an, wie hoch der von dem Unternehmen direkt erwirtschaftete Wert ist. EC3 zeigt, welche finanziellen Pflichten das Unternehmen durch die betriebliche Altersvorsorge künftig erfüllen muss. Dies ist für Firmen aber nicht nur ein Kostenfaktor, sondern hat auch handfeste Vorteile: Ihnen fällt es in der Regel leichter, Mitarbeiter anzuwerben und die Belegschaft stabil zu halten.



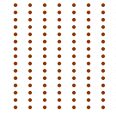
ZUTATEN

Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Ingredients (Milchpulver, Milchfett, gezuckerte Kondensmilch, Sahne-, Joghurt-, Sauermilcherzeugnisse) und Lohn-trocknung von Flüssigrohstoffen.



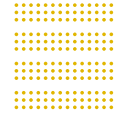
GESUNDHEITSPRODUKTE

Entwicklung und Produktion von Health-Food-Produkten als Private Label für die Leistungsbereiche Gewichtsreduzierung, Sportler-nahrung und Lohnfertigung nach Kundenrezepturen.



INSTANTGETRÄNKE

Entwicklung und Produktion von Instantgetränke-Produkten wie kakao- und koffeehaltigen Getränkepulvern, Topping und Kaffeeweißer als Private Label und als Eigenmarken.



MILCHPRODUKTE

Produktion und Vertrieb von Butter, Butterfett und Käse als eigenes Markengeschäft oder als Private Label.

pas. Insgesamt verfügen wir in Uelzen und Neumünster über Produktionskapazitäten von jährlich mehr als 70.000 Tonnen Milchpulver.

Das Werk in Uelzen ist aber vor allem spezialisiert auf die Produktion von Butterfetten, Instantgetränken, Diät- und Sportler-nahrung sowie Lohnfertigung. In Warmsen stellen wir unsere milchbasierten Zutaten wie gezuckerte Kondensmilch oder Sahne- und Joghurterzeugnisse her. Bismark produziert Käse und Butter. Und Ratzeburg konzentriert sich auf Instantgeträn-ke als Private-Label-Lösungen.

Frische Milch aus der Region

Unsere Milch beziehen wir aus der Region von unseren ge-nossenschaftlichen Mitgliedsbetrieben, den Molkereien und Meiereien sowie Vertragsmolkereien. Auch andere Rohstoffe

wie Zucker versuchen wir möglichst regional einzukaufen. Von dem Mehrwert, den wir erwirtschaften, profitieren insbesonde-re unsere Mitglieder. Denn wir zahlen ihnen für die gelieferte Milch ein wettbewerbsfähiges Milchgeld. Das ist unsere genos-senschaftlich festgelegte Aufgabe.

Regionale Produktion, internationaler Vertrieb

Unsere Mitgliedsmolkereien sind wie das Unternehmen in der Region verwurzelt. Produktion und Vertrieb der Uelzena-Gruppe sind hingegen international ausgerichtet. Zu unseren wichtigsten Kunden zählen weltweit aktive Lebensmittelkon-zerne aus der Zutaten-, Süßwaren-, Backwaren-, Feinkost und Heißgetränkeindustrie. Auch den Fachhandel, das Backhand-werk und die Vending-Branche beliefern wir. Das Geschäft mit dem Einzelhandel und den Endkonsumenten hat dagegen eine vergleichsweise geringe Bedeutung.

		2012	2013	2014
EC1	DIREKT ERWIRTSCHAFTETER WERT	417.212.050,85 €	519.358.084,59 €	562.248.927,39 €
EC3	UMFANG DER BETRIEBLICHEN SOZIALEN ZUWENDUNGEN	846.273,47 €	902.568,08 €	1.324.785,16 €

Einbezogen ist die gesamte Uelzena-Gruppe mit allen Standorten und Firmen.

UNSERE STRATEGIE FÜR DIE ZUKUNFT

In der Zukunft sehen wir viele Chancen und Herausforderungen für nachhaltig wirtschaftende Unternehmen. Wir haben sie ausführlich analysiert, eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt sowie konkrete Handlungsfelder und Ziele bestimmt.

Was uns antreibt: Wir schaffen nachhaltige Werte für unsere wichtigsten Interessengruppen (Stakeholder). Das sind vor allem unsere Mitgliedsunternehmen und ihre Milchlieferanten, unsere Mitarbeiter, Investoren, Geschäftspartner und Kunden. Wir wollen zu den leistungsfähigsten Unternehmen der Branche gehören. Dabei sollen sich der wirtschaftliche Erfolg und unser ökologisch-soziales Handeln nicht widersprechen. Die beiden Pole ergänzen und verstärken sich, deshalb messen wir die Leistungsfähigkeit der Uelzena-Gruppe

durch anerkannte Leistungskennzahlen (Key Performance Indicator, KPI) – sowohl wirtschaftlich als auch ökologisch-sozial. Diese KPIs bewerten und entwickeln wir im Dialog mit allen bedeutenden Stakeholdern weiter. Die Umsetzung dieser Strategie realisiert die Uelzena-Gruppe in fünf Handlungsfeldern, in denen sie sich – ebenfalls im Dialog mit ihren Stakeholdern – konkrete Ziele bis zum Jahr 2020 gesetzt hat. Gesteuert werden Ziele und Maßnahmen mit einer integrierten strategischen Scorecard.

Dialog mit unseren Stakeholdern

Uelzena tauscht sich regelmäßig und intensiv mit seinen Stakeholdern aus. Dieser Dialog findet auf vielen unterschiedlichen Ebenen statt. Systematische Befragungen, direkte Gespräche, gemeinsame Versammlungen und Sitzungen sind dabei die wichtigsten Quellen. Darüber hinaus kommunizieren wir aber auch über verschiedene mediale Kanäle, beispielsweise Mitar-

beiterzeitschriften, Geschäftsberichte sowie die Internetseiten der Produktbereiche und Firmen. Auf diesen Wegen ermitteln wir, welche Anforderungen die Stakeholder an uns stellen, und können sie in die Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsstrategie einpassen. Dabei gilt es, viele unterschiedliche Ansprüche und Erwartungen zu berücksichtigen.

Kunden

HOCHWERTIGE UND BEZAHLBARE PRODUKTE
LIEFERSICHERHEIT
EINHALTUNG VON STANDARDS FÜR LEBENSMITTELSICHERHEIT UND PRODUKTION (IFS, FSSC)
PARTNERSCHAFTLICHE ZUSAMMENARBEIT
NACHHALTIGE UND GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

Mitarbeiter

ARBEITSPLATZSICHERHEIT
ANGEMESSENE ENTLOHNUNG
AUS- UND WEITERBILDUNGSMÖGLICHKEITEN
VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE
ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSFÖRDERUNG
CHANCENGLEICHHEIT

Lieferanten

LANGFRISTIGE ABNAHMESICHERHEIT
FAIRE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN
PREISSTABILITÄT



Dampf 4.500m

Mitglieder

DAUERHAFT WETTBEWERBSFÄHIGER
MILCHPREIS

POSITIVE GESCHÄFTSENTWICKLUNG UND
ERHALT DES UNTERNEHMENSWERTES

MITBESTIMMUNG BEI UNTERNEHMENSFRAGEN

INFORMATION ÜBER DIE AUSRICHTUNG UND
ENTWICKLUNG DES UNTERNEHMENS

Investoren & Banken

VORAUSSCHAUENDES RISIKOMANAGEMENT

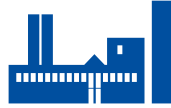
LANGFRISTIGE GEWINNORIENTIERUNG UND
NACHHALTIGE UNTERNEHMENSAUSRICHTUNG

FUNKTIONIERENDE KONTROLLE DES
MANAGEMENTS DURCH DEN AUFSICHTSRAT

Partner, Behörden und Kommunen, Nachbarn

ZUSAMMENARBEIT MIT VERBÄNDEN,
INSTITUTIONEN, UNIVERSITÄTEN
UND NETZWERKEN

DIALOG UND TRANSPARENZ



UNTERNEHMEN



MITARBEITER

HANDLUNGSFELD 1

EINE VERLÄSSLICH ERFOLGREICHE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

Im Interesse unsere Stakeholder verfolgen wir eine langfristig erfolgreiche Unternehmensentwicklung. Hierbei spielen das Prinzip der Nachhaltigkeit und die Ausbalancierung verschiedener Ziele eine zentrale Rolle:

ein wettbewerbsfähiges Milchgeld und Abnahmesicherheit für die Mitglieder, dauerhaft gute Unternehmensergebnisse, der langfristige Erhalt als selbstständige Unternehmensgruppe.

HANDLUNGSFELD 2

UNSERE MITARBEITER

Der Erfolg der Uelzena-Gruppe hängt maßgeblich von den Mitarbeitern ab. Ihr Fachwissen, ihre Erfahrung und Motivation sind für das Unternehmen unverzichtbar. Unser Ziel ist es daher, qualifizierte Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden. Dabei achten wir auf soziale und faire Arbeitsbedingungen. Das gilt sowohl für unsere eigenen Mitarbeiter als auch für die Beschäftigten von Vorlieferanten. Insgesamt will die Uelzena-Gruppe ihre Qualitäten als attraktiver Arbeitgeber stetig weiterentwickeln und ausbauen.

WETTBEWERBSFÄHIGES MILCHGELD
UND ABNAHMESICHERHEIT FÜR DIE
MITGLIEDER

VERSTÄRKUNG DER ATTRAKTIVITÄT
ALS ARBEITGEBER

ERREICHUNG DAUERHAFT GUTER
UNTERNEHMENSERGEBNISSE

ERHALT DER LANGFRISTIGEN
BESCHÄFTIGUNG VON QUALIFIZIERTEN
MITARBEITERN

LANGFRISTIGER ERHALT ALS
SELBSTSTÄNDIGE UNTERNEHMENSGRUPPE

ENTWICKLUNG UND FÖRDERUNG
VON MITARBEITERN

ZIELE



PRODUKTE



PRODUKTION



REGIONAL

HANDLUNGSFELD 3

LANGFRISTIG ERFOLGREICHE PRODUKTE

Die wichtigsten Kunden der Uelzena-Gruppe sind Geschäftskunden, denn wir produzieren hauptsächlich im Auftrag anderer Unternehmen aus der Lebensmittelbranche. Dabei haben wir uns auf bestimmte Produkte und Kunden spezialisiert. Unsere Stärke ist die zielgenaue, sichere und hochwertige Umsetzung von individuellen Kundenanforderungen.

Darüber hinaus verfolgt die Uelzena-Gruppe eine nachhaltige Diversifikationsstrategie. Das heißt: Wir haben unsere Leistungs- und Produktpalette auch um Nicht-Milchprodukte erweitert. Sie soll dem Unternehmen eine überdurchschnittliche Wertschöpfung und eine stärkere Unabhängigkeit von den klassischen milchwirtschaftlichen Märkten ermöglichen. Hierbei integrieren wir ökologische und soziale Aspekte.

HANDLUNGSFELD 4

EINE EFFIZIENTE PRODUKTION

Wir stellen sichere und innovative Qualitätsprodukte her – und das möglichst ressourcenschonend, energieeffizient und immer auf dem aktuellsten Stand der Technik. Das ist der Anspruch, den wir an uns selbst stellen. Um ihn zu erfüllen, modernisiert die Uelzena-Gruppe kontinuierlich die Produktionsanlagen und die Verfahren. Deshalb können wir auch mit anspruchsvollen multinational agierenden Kunden zusammenarbeiten, deren Audit-Anforderungen oft über die herkömmlichen Standards hinausgehen.

Durch die fortlaufende Entwicklung unserer technologischen Kompetenzen rückt auch ein weiteres Ziel in greifbare Nähe, denn wir wollen uns an die Klimaziele der Bundesregierung anlehnen und dazu beitragen, die Treibhausgas-Emissionen deutlich zu reduzieren.

HANDLUNGSFELD 5

GESELLSCHAFTLICHE UND REGIONALE VERANTWORTUNG

Als genossenschaftlich organisierte und regional verwurzelte Molkerei sieht sich die Uelzena-Gruppe in besonderem Maße den Milcherfassungsregionen seiner Mitglieder und den Werksstandorten verpflichtet. Indem wir beispielsweise unseren Mitgliedern die Milchrohstoffe abnehmen, tragen wir zur Einkommenssicherung und Stärkung der Wirtschaftskraft in den ländlich geprägten Regionen bei. Diese Leistung entspricht dem satzungsgemäßen Zweck unserer Genossenschaft. Darüber hinaus wollen wir einen zusätzlichen Beitrag leisten, damit sich die Städte und Gemeinden an unseren Werkstandorten positiv entwickeln und noch attraktiver werden.

PROFITABLES WACHSTUM IN
STRATEGISCHEN GESCHÄFTSBEREICHEN

SENKUNG DER EMISSIONEN
JE PRODUZIERTE TONNE

WENN MÖGLICH: BEVORZUGUNG
REGIONALER LIEFERANTEN UND
DIENSTLEISTER

HERSTELLUNG VON SICHEREN UND
HOCHWERTIGEN PRODUKTEN DAUERHAFT
GEWÄHRLEISTEN

SENKUNG DES RESSOURCENVERBRAUCHS
JE PRODUZIERTE TONNE

FÖRDERUNG DER PERSPEKTIVEN VON
JUGENDLICHEN AN WERKSSTANDORTEN

AUSBAU DER NACHHALTIGEN
BESCHAFFUNG VON ROHSTOFFEN UND
MATERIALIEN

VERBESSERUNG DER
PRODUKTIONSPRODUKTIVITÄT

FÖRDERUNG DES EHRENAMTLICHEN
ENGAGEMENTS UNSERER MITARBEITER



NACHHALTIGKEIT BRAUCHT GUTES MANAGEMENT

Jede Strategie kann erst durch optimale operative Umsetzung ihre Kraft entfalten. So handeln wir auch beim Thema Nachhaltigkeit: Wir setzen messbare Ziele und kontrollieren die Ergebnisse. Für diese wichtige Aufgabe ist ein klares Management mit festen Strukturen unverzichtbar.

Als Genossenschaft hat die Uelzena-Gruppe auch beim Thema Nachhaltigkeit einen Vorteil: Unsere Satzung ist Basis und Essenz unseres Wirtschaftens. Aus dieser Satzung heraus entwickeln wir die passenden Unternehmensstrategien für die Zukunft.

Diese verbinden wir zukünftig mit dem Thema Nachhaltigkeit, indem wir sie in die Unternehmensstrategie integrieren. So entsteht ein Planungsinstrument, das neben den ökonomischen auch die ökologischen und gesellschaftlich-sozialen Aspekte der Unternehmensführung umfasst. Dafür haben wir ein professionelles Nachhaltigkeitsmanagement eingeführt, das wir in den nächsten Jahren weiter entwickeln werden: die strategische Scorecard für die Uelzena-Gruppe.

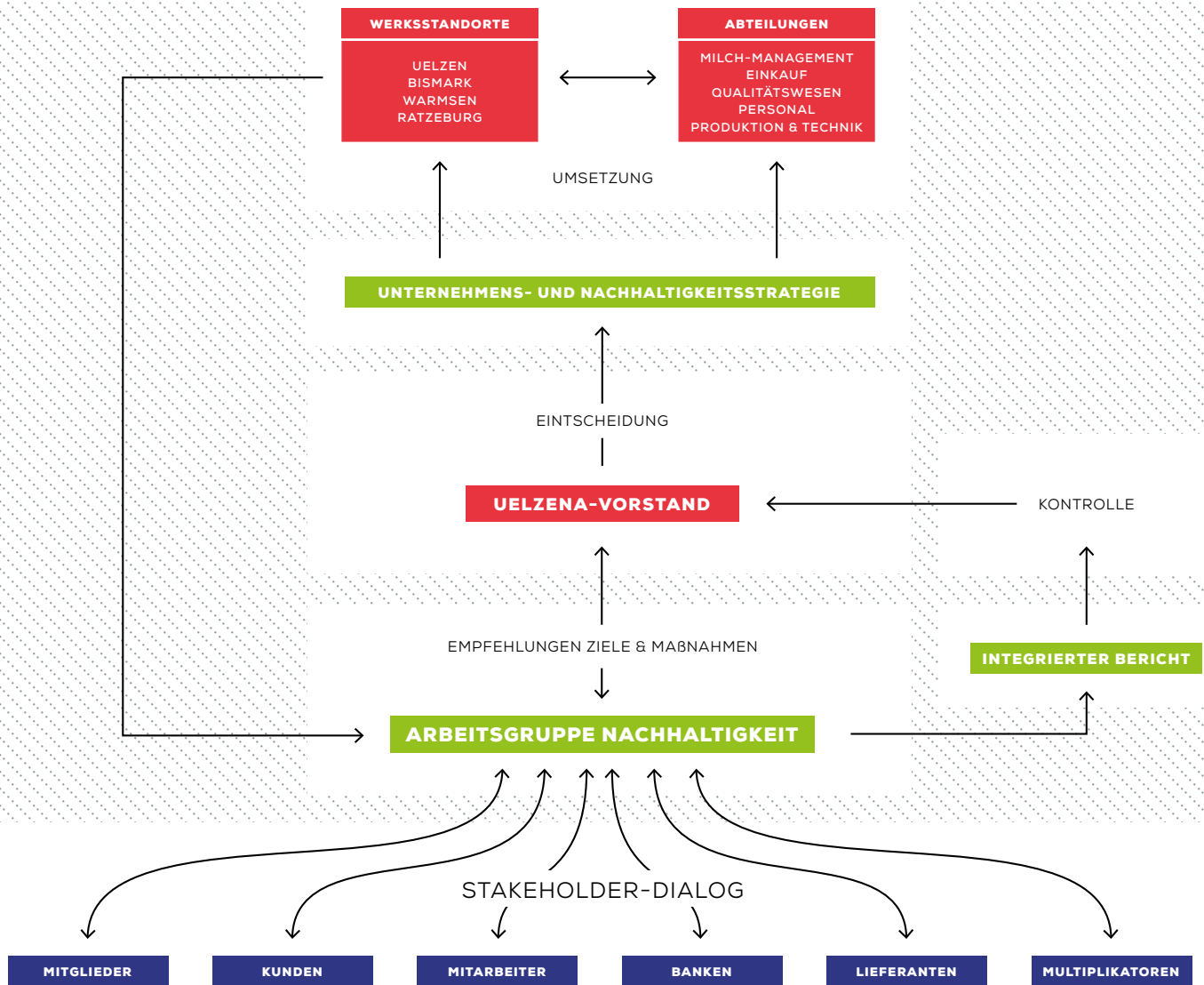
Zuhören und sammeln auf allen Ebenen

Nicht nur bei den Berichtsbereichen und Kennzahlen für Nachhaltigkeit, sondern auch bei der Nachhaltigkeitsplanung und -steuerung haben wir uns am GRI-Standard 4.0 Food Processing orientiert.

Zentrale Schaltstelle ist das Management-Team Nachhaltigkeit der Uelzena-Gruppe. Seine Hauptaufgabe ist der intensive Dialog mit den Interessengruppen (Stakeholder). Das sind unter anderem unsere Mitgliedsunternehmen, Milcherzeuger, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und Kapitalgeber. Alle diese Gruppen haben unterschiedliche Erwartungen und Ansprüche an uns. Diese müssen wir erkennen, bewerten und einbeziehen, unabhängig davon, ob sie wirtschaftlicher, sozialer oder ökologischer Art sind. Damit sie möglichst umfassend erhoben und dokumentiert werden können, kann das Management-Team verschiedene Methoden und Wege einsetzen: von Foren, über (Online-)Befragungen und Workshops bis hin zu einem Expertenbeirat.

Themen-Verankerung aus und in der Mitte

Damit der Dialog wirksam werden kann, setzt sich unser Management-Team Nachhaltigkeit bewusst aus Führungskräften verschiedener Abteilungen und Standorte zusammen. Der große Vorteil: Auf diese Weise sind verantwortliche Mitarbeiter aus



dem Kerngeschäft unmittelbar und dauerhaft in das Nachhaltigkeitsmanagement eingebunden.

Das Management-Team prüft und gewichtet die Ansprüche der Stakeholder. Wichtige Kriterien sind dabei zum Beispiel künftige Chancen und Risiken für die Uelzena-Gruppe. Dann beginnt ein entscheidender Teil: Auf dieser Grundlage erarbeiten wir Ziele und Maßnahmen mit einem Zeithorizont von vier Jahren als Empfehlung für den Vorstand und die integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie der Gruppe.

Doch jede Strategie ist nur so gut wie das Verständnis und die Akzeptanz bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Auch dabei ist es wichtig, dass die Mitglieder des Management-Teams aus verschiedenen Abteilungen und Geschäftsbereichen kommen. So sind sie Multiplikatoren und Förderer der nachhaltigen Entwicklung unseres Unternehmens. Gleichzeitig werden vereinbarte Ziele und Maßnahmen in individuellen Zielvereinbarungen der leitenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verankert. Zusätz-

lich unterstützen verschiedene Maßnahmen der internen Kommunikation dabei, dass alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an einem Strang ziehen. Neben der Mitarbeiterzeitschrift können das beispielsweise Aktionswochen, Schulungen oder Foren sein.

Regelmäßige Berichterstattung

Der Nachhaltigkeitsbeauftragte koordiniert die Arbeit des Teams. Er hat die Gesamtübersicht und verantwortet den Jahresbericht. Rechtzeitig vor der Prüfungsschlusssitzung der Jahresabschlüsse wird der neue Bericht vorgelegt.

Wir stehen am Anfang, der vorliegende Bericht ist der erste einer langen Reihe: Die Uelzena-Gruppe erstellt fortan für jedes Jahr einen integrierten Jahres- und Nachhaltigkeitsbericht mit den relevanten Kennzahlen (KPIs) und veröffentlicht ihn. Auf diese Weise sorgen wir für die größtmögliche Transparenz hinsichtlich aller Schritte, die wir planen und durchführen.



Uelzena



JAHRESBERICHT
'14

DAS WAR 2014

GESCHÄFTLICHE ENTWICKLUNG 2014

Der **Milchmarkt** zeigte sich sowohl national als auch international sehr volatil. Bedingt durch die gegenüber 2013 bessere Witterung und beflügelt durch gute Milchpreise hat die Milchlieferung 2014 in Deutschland mit einem Plus von 3,5 Prozent und in der EU mit 4,6 Prozent neue Rekordwerte erreicht. Sowohl die Weltmarktpreise als auch die Notierungen wichtiger Milchprodukte in Deutschland sind ab Frühjahr 2014 gesunken und konnten sich im Jahresverlauf nicht erholen. Maß-

geblich für diese Entwicklung ist die im Vergleich zum Angebot langsamer gestiegene Nachfrage. Russland als Hauptmarkt für Butter und Käse reduzierte seine Importe auf rund die Hälfte des Vorjahres, und auch die Nachfrage in den asiatischen Wachstumsmärkten hat sich abgeschwächt. Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) reagierten die Preise für Milchprodukte erst mit Verzögerung, sodass für das Gesamtjahr noch ein Umsatzplus von mehr als 4 Prozent erreicht wurde.

Der Markt für **Heißgetränke** wies im deutschen Lebensmittelhandel ein Umsatzminus von 3 Prozent aus, wobei ab Mitte des Jahres steigende Preise eine Preiswende bei Röstkaffee einleiteten. Die wachsende Verbreitung von Kapselmaschinen sorgt für die rasant steigende Nachfrage nach den relativ teuren Kapseln. 32 Prozent der Haushalte besitzen mittlerweile Kaffemaschinen für Pads oder Kapseln. Der Außerhaus-Markt in der Gastronomie und bei Heißgetränkeautomaten wächst wie in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiter.

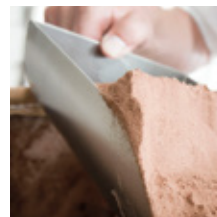
Der **Süßwarenmarkt** war geprägt von steigenden Rohstoffpreisen für Haselnüsse, Mandeln und Kakaobutter sowie von fallenden Preisen für Milchzutaten. Preis und Effizienzdruck in der Branche steigen weiter, zudem sind Umstrukturierungen und Unternehmensverkäufe, insbesondere kleinerer Anbieter, an der Tagesordnung. Die großen Markenartikelverstärken ihre Anstrengungen, für Anbieter ohne starke Marken wird es schwieriger. Der Umsatz im deutschen Lebensmittelhandel stieg um 1,5 Prozent vor allem durch höhere Preise.

Der **Backwarenmarkt** verzeichnete einen leichten Umsatzrückgang von 1,3 Prozent. Auch wenn sich das Wachstumstempo der Backstationen im Lebensmitteleinzelhandel abschwächte, stehen die klassischen Bäckereien und auch zahlreiche Großbäckereien weiter unter Druck. Die Anzahl der Betriebe des Backhandwerks ist weiterhin rückläufig, allerdings konnte der Gesamtumsatz gesteigert werden. Letzteres vor allem durch die Verbesserung interner Abläufe sowie den Ausbau von Premium-Produkten und Snack-Angeboten.

ROHSTOFFENTWICKLUNG UELZENA

ROHSTOFFANLIEFERUNG (TONNEN)	2013	2014	ABW.	%
ROHMILCH	348.276	381.103	32.827	9,4
RAHM	73.840	81.060	7.220	9,8
MAGERMILCH / BUTTERMILCH	6.648	4.499	-2.149	-32,3
MAGERMILCH- UND BUTTERMILCH-KONZENTRAT	36.390	39.644	3.254	8,9
GESAMT	465.154	506.306	41.152	8,8

Der Rohstoffeingang in der Uelzena-Gruppe stieg 2014 um fast 9 %. Der Anteil der Rohmilch an der Gesamtanlieferung lag bei 75,3 % (Vorjahr: 74,9 %).



ÜBERSICHT KONZERN-KENNZAHLEN

	2012	2013	2014
GESCHÄFTSTÄTIGKEIT			
MILCHANLIEFERUNG (MIO. KG)	440	465	506
AUSZAHLUNGSPREIS (CT/KG)	32,03	37,30	37,56
UMSATZ (MIO. EURO)	415	515	557
JAHRESÜBERSCHUSS (MIO. EURO)	1,72	5,05	4,14
SACHANLAGEN (MIO. EURO)	67	66	65
EIGENKAPITAL-QUOTE (%)	26,2	26,4	31,3
BILANZSUMME (MIO. EURO)	131	149	135

PRODUKTE

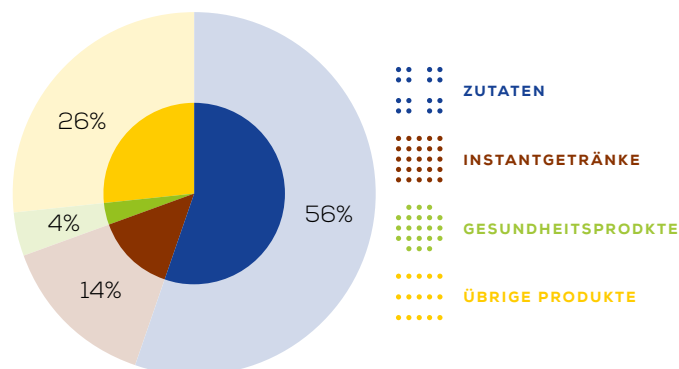
BUTTER, BUTTERFETT (TONNEN)	40.440	42.809	44.528
KÄSE (TONNEN)	31.419	31.346	32.766
MILCHPULVER (TONNEN)	11.643	15.034	31.120
FEINKOST/GEZUCKERTE KONDENSMILCH (TONNEN)	21.855	21.980	24.529
SPEZIALPRODUKTE* (TONNEN)	29.601	31.762	32.837
LOHNTROCKNUNG (TONNEN)	8.225	7.916	9.041
GESAMTABSATZ HAUPTPRODUKTGRUPPEN (TONNEN)	143.183	150.847	174.821

* Zusammenfassung von Instantgetränken, Gesundheitsprodukten und Spezial-Trockenzutaten

MITARBEITER

GESAMTZAHL	624	640	655
DAVON AUSZUBILDENDE	43	41	41
DURCHSCHNITTSALTER BESCHÄFTIGTE (JAHRE)	42,9	43,0	42,7
DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT (JAHRE)	14,4	14,0	14,2

UMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN 2014



AUSZAHLUNGSLEISTUNG

Die erreichte Auszahlungsleistung der Uelzena eG lag 2014 leicht höher als der veröffentlichte Durchschnitt der Molkereien im gesamten Bundesgebiet.

BUNDESGBEIT

UELZENA EG

37,55 ct/kg

37,56 ct/kg

ab Rampe Molkerei ohne USt., bei 4,0 % Fett, 3,4 % Eiweiß

GESCHÄFTSENTWICKLUNG 2014

ZUTATEN

In den letzten Jahren hat die Uelzena-Gruppe den Hauptschwerpunkt der geschäftlichen Entwicklung auf den Geschäftsbereich Zutaten gelegt. Neben den Werken in Uelzen und Warmsen wurde mit Partnern in Neumünster ein Milchtrocknungswerk errichtet und in Betrieb genommen. Als Milchspezialist sind wir nunmehr Anbieter eines breiten Angebots hochwertiger Zutaten für die Süßwaren-, Backwaren- und Feinkostindustrie.



MILCHPULVER, MILCHFETT, SPEZIALZUTATEN UND LOHNTROCKNUNG

Der Absatz und Umsatz von Milchpulver haben sich wie geplant verdoppelt. Die Milchpulverkapazitäten im Werk Uelzen wurden weiterhin voll ausgeschöpft und das Werk in Neumünster wurde angefahren. Die sukzessive Auslastung der neuen Kapazitäten erfolgte in den geplanten Schritten. Beflügelt durch die Gewinnung neuer nationaler und internationaler Kunden und begünstigt durch nachgebende Preise konnte auch der Absatz von MilCHFetten für industrielle Anwendungen deutlich ausgeweitet werden. Im Bereich der Lohn-trocknung für die Zutatenindustrie wurden in allen Produkt-segmenten weitere Absatz- und Umsatzsteigerungen erzielt. Neben der kontinuierlichen Entwicklung waren dafür aber auch einmalige Sonderaufträge von Kunden maßgeblich.



GEZUCKERTE KONDENSMILCH, JOGHURT- UND SAHNEERZEUGNISSE

Die Herstellung und der Vertrieb von milchbasierten Lebensmittelzutaten für die Süßwaren- und Feinkostindustrie ist der Schwerpunkt der Tätigkeiten der WS Warmsener Spezialitäten GmbH in Warmsen. Auch bei dieser Tochtergesellschaft konnten der Absatz und der Umsatz deutlich ausgebaut werden. Neben dem europäischen Markt war wiederum der Export in Drittländer eine Stütze der positiven Entwicklung.

MILCHPRODUKTE

Mit den Tochtergesellschaften Hoche Butter und Trilactis ist die Uelzena-Gruppe führender Anbieter von Butter und Butterfetten für das professionelle Backhandwerk. Zudem liefert Hoche Butterfett für das klassische Braten, Backen und Kochen zu Hause und ist im privaten Bereich dabei ebenfalls führender Anbieter.



HOCHER BUTTER GMBH, UELZEN

Für Hoche Butter verlief das Geschäftsjahr trotz der gesunkenen Preise für Butter und Butterfett positiv. Der Absatz konnte deutlich ausgeweitet, der Umsatz nahezu stabil gehalten werden. Mit der Listung von Buvita, einem Mischstreichfett aus guter Butter und feinem Rapsöl, im deutschen Lebensmittelhandel gelang die Platzierung einer zweiten Marke im stark wachsenden Segment. Der Absatz ist sowohl im Lebensmittelhandel als auch im Backhandwerk gestiegen. Belebende Faktoren waren maßgeblich die gesunkenen Preise und der Trend zu handwerklichen Premium-Backwaren in Abgrenzung zu Discount- und Back-Off-Qualitäten.



TRILACTIS GMBH, SAARBRÜCKEN

Bei Trilactis konnte der Absatz hingegen nicht gehalten werden. Zur Pflege der Preise in einem insgesamt rückläufigen Markt waren schwierige Gespräche mit Kunden erforderlich, die allerdings nicht immer positiv abgeschlossen werden konnten. Insbesondere Kunden des deutschen Backfachhandels platzierten Aufträge auch bei preislich aggressiver agierenden Marktbegleitern. Das Geschäft in Frankreich litt ebenfalls unter den Folgen der Preisentwicklung.



ALTMARK-KÄSEREI UELZEN GMBH, BISMARCK

Das Werk in Bismark (Sachsen-Anhalt) stellt für die Uelzena-Gruppe Käse und Butter her. Die Jahresproduktion konnte nochmals auf über 32.000 Tonnen Käse und über 23.000 Tonnen Butter gesteigert werden. Das sind die bislang höchsten Produktionsmengen seit Bestehen der Altmark-Käserei. Eine erfahrene Produktionsmannschaft und permanente Optimierungen der Produktionsparameter ermöglichen diese Effizienzsteigerungen.

INSTANTGETRÄNKE

Die Uelzena-Gruppe hat sich im Geschäftsfeld der Instant-Getränke zu einem führenden Anbieter von Private-Label-Lösungen für die Marktsegmente Vending und Gastronomie entwickelt. Die Gruppe ist Lieferant für fast alle namenhaften Markenanbieter in diesem Bereich. Das eigene Markengeschäft wurde gestrafft und soll unter Grubon und Scho weiter angeboten werden.



H. SCHOPPE & SCHULTZ GMBH & CO. KG

Durch die erfolgreiche Übernahme des Vending-Geschäfts und die Verschmelzung der Grub Café Handelsgesellschaft mit der Schoppe & Schultz GmbH & Co. KG haben sich der Absatz und der Umsatz um mehr als 10 % ausgeweitet. Neben dem nun gestärkten Segment für Heißgetränkeautomaten konnte auch das Gastronomiegeschäft mit Private-Label-Kunden erfolgreich weiterentwickelt werden. Im Private-Label-Geschäft mit dem Lebensmittelhandel wurden weniger Aktionslistungen vereinbart. Bio- und Fair-Trade-Spezialitäten hingegen entwickelten sich in Europa und im asiatischen Raum weiterhin positiv. Zur Ausweitung der Kapazitäten am Werksstandort Ratzeburg wurde 2014 mit dem Bau eines Lagers begonnen.



UELZENA eG, UELZEN

In den Verhandlungen mit den Handelspartnern waren die Übernahme der Marken Grubon und die Umsetzung des gestrafften Sortiments bei Cash&Carry-Märkten noch bis in die erste Jahreshälfte 2014 hinein ein Thema. Die gefundene Basis lässt eine positive Absatzentwicklung erhoffen. Das wesentlich bedeutsamere Private-Label-Geschäft konnte erneut ausgebaut werden. Mit der Erfahrung aus der Entwicklung von Getränkepulvern für Heißgetränkeautomaten wurden verstärkt nun auch Private-Label-Lösungen für Kapselsysteme entwickelt und gemeinsam mit Kunden realisiert. Das Werk Uelzen verfügt seit der zweiten Jahreshälfte über ausgeweitete Kapazitäten für die Instantgetränke-Produktion.

GESUNDHEITSPRODUKTE



GEWICHTSMANAGEMENT, SPORTLERNÄHRUNG & LOHNFERTIGUNG

Als Private-Label-Hersteller konzentriert sich der Geschäftsbereich nutrimeo auf die Marktsegmente Sportlernahrung, Gewichtsreduzierung sowie die Auftragsproduktion von Gesundheitsprodukten. Im Kerngeschäft mit pulverbasierten Lösungen wurden etliche neue Projekte mit Kunden realisiert und erfolgreich auf den Markt gebracht. Auch der Bereich Fertiggetränke, der zusammen mit einem Produktionspartner bearbeitet wird, entwickelte sich weiterhin positiv. nutrimeo hat den Anspruch, langfristig etwa neben Pulver und Ready-to-drink alle marktgängigen Darreichungsformen für die Markensortimente von Kunden realisieren zu können. Als Ideengeber für Kunden werden regelmäßig neue Produktkonzepte entwickelt und auf den großen Leitmesse wie der

Vitafoods Europe und PLMA vorgestellt: 2014 war das der Sportdrink „Aktiv & Gelenkig“ für den in Europa stark wachsenden Markt ernährungsbewusster, aktiver Best Ager. Neben der demografischen Entwicklung sind die hohe Kaufkraft und der geänderte Lebensstil nur einige der Argumente, diese Zielgruppe verstärkt zu beachten.



UELZENA eG

AUSZUG AUS DEM JAHRESABSCHLUSS DER UELZENA eG

AKTIVA BILANZ	2013 T€	2014 T€
A. ANLAGEVERMÖGEN	51.169	50.943
DAVON SACHANLAGEN	31.262	31.435
DAVON FINANZANLAGEN	18.474	18.115
B. UMLAUFVERMÖGEN	82.762	75.286
DAVON VORRÄTE	19.718	18.880
DAVON FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE	60.528	55.063
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	288	228
SUMME DER AKTIVSEITE	134.219	126.457

PASSIVA BILANZ	2013 T€	2014 T€
A. EIGENKAPITAL	38.900	40.737
DAVON JAHRESÜBERSCHUSS	5.427	3.274
B. RÜCKSTELLUNGEN	12.150	12.674
C. VERBINDLICHKEITEN	83.169	73.046
SUMME DER PASSIVSEITE	134.219	126.457

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG ZEITRAUM 01.01. - 31.12.	2013 T€	2014 T€
UMSATZERLÖSE	502.344	566.322
BESTANDSVERÄNDERUNGEN, AKTIVIERTE EIGENLEISTUNGEN, SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE	4.511	5.199
ERLÖSE GESAMT	506.855	571.522
MATERIALAUFWAND	465.257	526.560
ROHERGEBNIS	41.598	44.961
PERSONALAUFWAND	21.987	24.026
ABSCHREIBUNGEN	4.139	4.135
SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN	13.206	13.556
BETRIEBSERGEBNIS	2.265	3.208
FINANZERGEBNIS	3.864	93
ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	6.130	3.300
STEUERN	-703	-26
JAHRESÜBERSCHUSS	5.427	3.274

A man wearing a white lab coat and a blue hairnet is looking directly at the camera. He is standing in a laboratory or industrial setting with stainless steel equipment. The text "AUSBLICK 2015" is overlaid on the image.

AUSBLICK 2015

MARKTEINSCHÄTZUNG

Das Milchaufkommen in Deutschland und der Europäischen Union (EU) ist im ersten Quartal 2015 unter den Vorjahreswerten geblieben. Wegen der ausgelaufenen Milchquote ist eine Einschätzung der weiteren Entwicklung in der EU schwierig. Trotz des in Summe leichten Nachfragerückgangs im letzten Jahr ist aus dem asiatischen Raum die Nachfrage nach Milchprodukten weiterhin positiv. Die langfristigen Marktprognosen der EU-Kommission für die Produktion und den Export von Käse und Magermilchpulver sind für den europäischen Raum bis 2023 ebenfalls positiv.

Für die Lebensmittelindustrie und die Milchwirtschaft ist in den nächsten Jahren mit kontinuierlichen Wachstumsraten zu rechnen. Dabei ist die Entwicklung nach Produktkategorien und Geografie differenziert zu bewerten. Das Zutatengeschäft der Uelzena-Gruppe wird insbesondere bei den Milchpulvern weiter ausgebaut werden können. Die weltweite Kundennachfrage ist in diesem Bereich weiterhin hoch. Auch bei Instantgetränken ist das Marktsegment der Kapselprodukte weiter wachsend und öffnet sich für ein Privat-Label-Angebot in Ergänzung zu den etablierten Markenartikeln. Eine weitere interessante Entwicklung sind die zunehmenden Anfragen nach deutschen Instantgetränken im asiatischen Raum. Außerdem profitieren die unter der Marke nutrineo angebotenen Produkte und Lösungen von dem seit Jahren im Trend liegenden wachsenden Gesundheitsbewusstsein europäischer Konsumenten. Auch hier erwartet die Uelzena eG für die nächsten Jahre weiteres Wachstum.

Die Aussichten für den für uns wichtigen deutschen Markt sind weiterhin positiv. Obwohl der ifo-Geschäftsklima-Index für 2015 leicht auf 107,5 sinkt (Vorjahr: 108,0), steigt hingegen der GfK-Konsumklima-Index 2015 weiter an.

SCHWERPUNKTE DER UELZENA-GRUPPE

Die Entwicklung der Uelzena-Gruppe wird auch 2015 von den strategischen Wachstumsfeldern bestimmt, die zu einer wettbewerbs- und kundenorientiert verbesserten Position am Markt beitragen sollen. In den Produktbereichen Käse, Butter und Butterfett für Handel und Handwerk wird hingegen der Fokus darauf liegen, die erreichten Marktpositionen mit entsprechenden Maßnahmen zu pflegen. Die in 2014 begonnene Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie und ihrer Integration in die Geschäftsstrategie wird auch 2015 weiter fortgesetzt. Die Außendarstellung und die Bekanntheit der Uelzena-Gruppe sind ein weiterer Schwerpunkt. Insbesondere mit Augenmerk auf die Attraktivität für Arbeitnehmer wollen wir uns an allen Standorten rechtzeitig auf die absehbare Bevölkerungsentwicklung einstellen.





90%

unserer Milchrohstoffe
werden regional gesammelt

FAIRER EINKAUF FÜR PRODUKT-MEHRWERT

Wenn die Lebensmittelindustrie ihre Zulieferer auswählt, entscheidet sie immer öfter nicht mehr allein nach Preis und Qualität. Auch ökologische, soziale und ethische Aspekte spielen zunehmend eine Rolle. Wir bei Uelzena haben darauf frühzeitig reagiert, indem wir unsere eigenen Lieferketten beständig prüfen und die Einkaufskriterien weiterentwickeln.

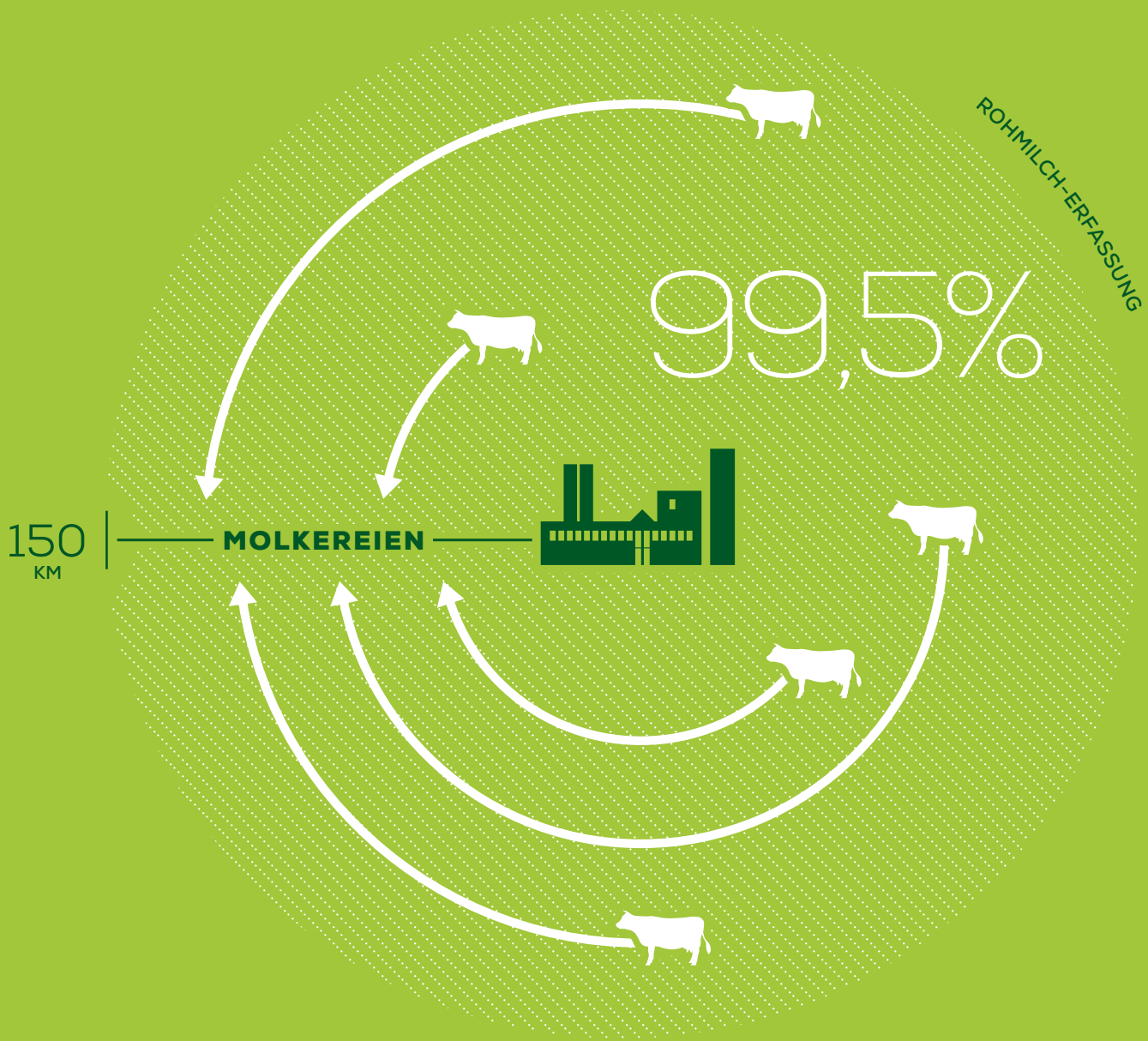
Grundlage der Arbeit bei Uelzena ist eine Jahrzehnte alte Tradition: Wir wissen genau, wo unsere Milch herkommt und welche Qualität sie hat. Denn unsere Mitgliedsunternehmen – ausschließlich in Nordostdeutschland ansässige Molkereien und Meiereien – erfassen nur Rohmilch von Erzeugern, die die akkreditierten Qualitätsstandards QM-Milch erfüllen.

Den restlichen Rohmilch-Bedarf deckt die Uelzena-Gruppe größtenteils aus Deutschland ab. Diese Unternehmen müssen ebenfalls die Qualitätsstandards von QM-Milch erfüllen. Mit den meisten der Milchlieferanten arbeiten wir schon seit Jahren oder sogar seit Jahrzehnten zusammen, Wechsel sind selten. Dafür gibt es einen guten Grund: Die Uelzena-Gruppe nimmt die Milch zu fairen Bedingungen ab. Wir zahlen einen wettbewerbsfähigen Milchpreis, garantieren die Milchabnah-

me und verschaffen so Planungssicherheit – für die Lieferanten und für unser Unternehmen.

Regionalität und kurze Lieferwege

Die verarbeitete Rohmilch stammt zu 86 Prozent von unseren Mitgliedsmolkereien. Die Milchlieferanten erfassen die Rohmilch zu 99,5 Prozent von Milcherzeugern innerhalb eines Radius von maximal 150 Kilometern um ihren jeweiligen Standort herum. Auch die Lieferanten für andere Rohstoffe und Materialien wählen wir mit Bedacht aus. 63 Prozent dieser Rohstoffe stammen aus Deutschland. Denn Regionalität und kurze Lieferwege sind für uns ein wichtiges Kriterium. Nichtheimische Agrarprodukte wie Kaffee oder Kakao kaufen wir über Händler ein, die in der Europäischen Union ansässig sind.



INGESETZTE ROHSTOFFE NACH GEWICHT ODER VOLUMEN

TONNEN (T)		2012	2013	2014
EN1	MILCHROHSTOFFE	439.579	465.154	506.306
	SONSTIGE ROHSTOFFE / NICHT-MILCH-ROHSTOFFE	22.768	25.727	26.812

Die Angabe "verwendeter Anteil Sekundärrohstoffe" ist bei Lebensmittel-Rohstoffen nicht sinnvoll. Milchrohstoffe sind zu 100% erfasst und beziehen sich auf die gesamte Uelzena-Gruppe. Bei den nach Gewicht wichtigsten Nicht-Milch-Rohstoffen sind 90% der Beschaffungsmengen erfasst (Uelzena-Gruppe ohne Werk in Warmen).

INGESETZTE VERPACKUNG UND MATERIALIEN NACH GEWICHT ODER VOLUMEN INKLUSIVE ANTEIL VERWENDETER SEKUNDÄRROHSTOFFE

		2012		2013		2014	
		VERPACKUNGS- MATERIAL (T)	RECYCLING- ANTEIL (%)	VERPACKUNGS- MATERIAL (T)	RECYCLING- ANTEIL (%)	VERPACKUNGS- MATERIAL (T)	RECYCLING- ANTEIL (%)
EN1/EN2	VERPACKUNGEN	3.487	45,30	3.676	47,10	4.026	41,30

Bei den nach Gewicht wichtigsten Verpackungsmaterialien sind 90% des Beschaffungsvolumens erfasst (Uelzena-Gruppe ohne Werk in Warmen). Zu Hilfs- und Betriebsstoffen gibt es keine Angaben, da die Beschaffungsmengen als unwesentlich eingestuft wurden.

Nachhaltiger Einkauf heißt für uns Qualität und Fairness

Doch auf einige wichtige Fragen gibt es nicht so leicht eine Antwort: Wie verantwortungsvoll sind unsere Lieferanten? Erzeugen sie ihre Rohstoffe auf eine Weise, die der Umwelt nicht schadet und die Mitarbeiter fair behandelt? Die Uelzena-Gruppe arbeitet daran, belastbare Antworten darauf zu finden. So werden wir bei Lieferanten aus sensiblen Weltregionen künftig schrittweise eine SEDEX-Registrierung voraussetzen (Supplier Ethical Data Exchange). Das betrifft vor allem Erzeuger von Rohstoffen wie Kakao oder Kaffee außerhalb Europas. Wenn ein solcher Lieferant bei SEDEX Mitglied wird, offenbart er seinen Kunden Informationen zu Themen wie Arbeitsstandards, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt sowie

Geschäftspraktiken. Das schafft Transparenz und erleichtert uns die Kontrolle, ob Lieferanten beispielsweise die Menschen- und Arbeitnehmerrechte einhalten. Selbstverständlich lassen auch wir uns daran messen: Wir sind SEDEX-registriert.

Wenn es unsere Kunden wünschen, erwirbt Uelzena für die Produktherstellung nichtheimische Rohstoffe gezielt aus nachhaltigen Quellen. Die Erzeuger oder ihre Produkte haben dann ein spezielles Siegel oder sind nach einem Programm wie zum Beispiel Fair Trade, Rainforest Alliance oder UTZ zertifiziert. Zusätzlich auditieren und bewerten wir unsere Lieferanten einmal pro Jahr.

QM-Milch

ist ein – zusätzlich zur Milchgüteprüfung – bundesweit anerkanntes und praktiziertes Sicherungssystem, das die landwirtschaftlichen Betriebe in das Qualitätsmanagement der Molkereien miteinbezieht. So soll die laufende Kontrolle von der Erzeugung bis zur Vermarktung sichergestellt werden. Die Milcherzeuger müssen sich alle drei Jahre einem Hofaudit stellen, in dem die folgenden Bereiche überprüft werden: Gesundheit und Wohlbefinden der Tiere, Kennzeichnung der Tiere und Bestandsregister, Milchgewinnung und -Lagerung, Futtermittel, Tierarzneimittel sowie Umwelt. Die deutsche Molkereiwirtschaft hat QM-Milch 2003 initiiert.

Bewährtes verbessern: QM-Milch 2.0

Auch beim anerkannten Qualitätsstandard QM-Milch wird es Veränderungen geben. Das neue Nachhaltigkeitsmodul von QM-Milch – als freiwillige Maßnahme für Milchbauern vorgesehen – wird auch Kriterien zu den Bereichen Ökonomie, Ökologie, Soziales und Tierwohl beinhalten. Es ergänzt und entwickelt bestehende Nachhaltigkeitskriterien von QM-Milch weiter. Noch arbeiten die Landesvereinigung der Milchwirtschaft, der MIV, weitere landwirtschaftliche Organisationen und Arbeitsgruppen sowie das Thüneninstitut an dem Kriterienkatalog. Wenn es fertiggestellt ist, setzt die Uelzena-Gruppe bei der Milch auf das neue Modul. Ziel: Unsere Lieferanten sollen es geschlossen auf Hofebene anwenden. Geplanter Start ist 2016.



Mehr als

50

Qualitätsparameter?

Für uns kein Problem.

MASSGESCHNEIDERTE QUALITÄT

Die Lebensmittelindustrie stellt hohe Ansprüche an ihre Lieferanten: Sie sollen hochwertig, sicher sowie innovativ sein und natürlich das Geschmackserlebnis ihrer Produkte sichern. Und fast jedes Jahr kommen neue Anforderungen hinzu. Ein Qualitätsproduzent für Geschäftskunden wie Uelzena profitiert von diesem Trend, weil wir diese Erwartungen kompetent und zuverlässig erfüllen können.

Viele Lebensmittel benötigen Zutaten mit ganz bestimmten Eigenschaften und Qualitätsmerkmalen. Das kann zum Beispiel eine genau definierte Löslichkeit bei Milchpulver sein oder ein exakt festgelegter Schmelzpunkt bei Milchfetten. Die Herstellung solcher speziellen Zutaten ist technisch anspruchsvoll. Für derartige Aufgaben ist Uelzena als Spezialist für maßgeschneiderte Lebensmittel besonders gut gerüstet: Wir können unsere Produktionsverfahren genau auf die individuellen Bedürfnisse unserer Kunden abstimmen und so einzelne Zutaten sowie ganze Produkte nach exakten Vorgaben herstellen.

Selbst Produkthanforderungen mit mehr als 50 Qualitätsparametern sind für uns ohne Probleme realisierbar. Auch deshalb bezeichnen uns namhafte und langjährige Kunden oft als Co-Produzenten und nicht einfach als Lieferanten – für uns ein Vertrauensbeweis und Beleg für die Wertschätzung unserer Arbeit.

Für den langfristigen Geschäftserfolg ist der Erhalt dieser Kundenzufriedenheit unverzichtbar. Dafür bieten wir neben sicheren und innovativen Produkten die zuverlässige Lieferung und umfassenden Service. Zugleich passt sich die Uelzena-Gruppe den steigenden Erwar-

tungen seiner Kunden stetig an. Den Grad der Zufriedenheit unserer Kunden ermitteln wir durch Befragungen und Qualitätskennzahlen.

Doch wie schafft es das Unternehmen, diese Ansprüche in die Praxis umzusetzen? Wie sichert Uelzena Qualität auf diesen unterschiedlichen Ebenen?

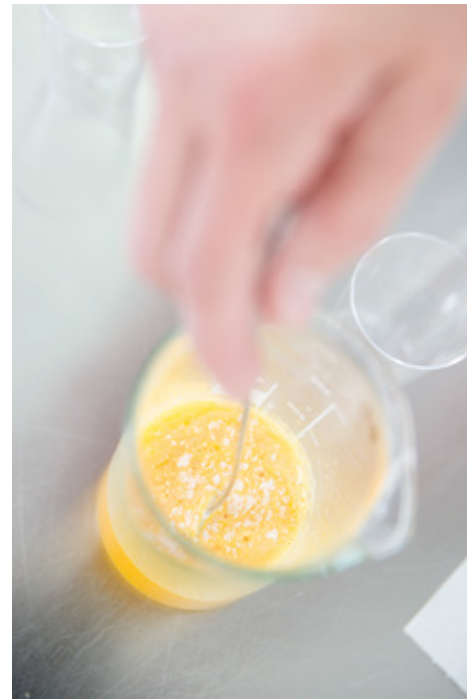
Qualitätssicherung immer auf höchstem Niveau

Die Uelzena-Gruppe bietet ihren Kunden zuverlässig eine stets gleichbleibend hohe Produktqualität. Das gelingt uns, weil wir die gesamte Produktionskette von der Rohstoffbeschaffung bis zur Fertigstellung konsequent überwachen. Für alle Rohstoffe, Zwischenprodukte und Fertigwaren existieren risikobasierte Probenahmen aufgrund von Prüfplänen. Sie stellen sicher, dass die vereinbarten mikrobiologischen, chemisch-physikalischen und sensorischen Produkteigenschaften sowie die Uelzena-Qualitätsparameter eingehalten werden. Unsere Fachkräfte untersuchen zudem regelmäßig sämtliche Rohstoffe. Alle Rohstoffe inklusive der Rohmilch werden anhand der geltenden nationalen, europäischen und mit den Kunden vereinbarten Qualitäts- und Kontrollverfahren auf

chemische Rückstände wie beispielsweise Pestizide, Rodentizide, Herbizide und Schwermetalle überprüft.

Unsere Labore sind für diese Aufgaben optimal ausgestattet. Der chemisch-physikalische Laborstandard gilt als High End und umfasst neben speziellen Untersuchungsverfahren zur Partikelstruktur auch komplizierte Analysemethoden wie Gaschromatographie. Das Labor zur Überprüfung auf pathogene Keime (S2-Standard) sowie das normale bakteriologische Labor wurden nach ISO 17025 zertifiziert und erfüllen damit die Anforderungen an entsprechende akkreditierte Einrichtungen.

Mit einem prozessorientierten Qualitätsmanagement begleitet Uelzena systematisch sämtliche Abläufe im Gesamt-Unternehmen, prüft diese auf Fehler und achtet auf die Einhaltung von Produktvorgaben. Sollte uns doch einmal ein Fehler unterlaufen, sorgt das kontinuierliche Verbesserungssystem dafür, dass er sich nicht wiederholt. Das Qualitätsmanagement selbst wird regelmäßig extern überprüft. Uelzena hat die wichtigsten Zertifizierungen: ISO 9001/2008, IFS Food (higher level), BRC (British Retail Consortium), Fair Trade, UTZ, Öko-Verordnung, Koscher und Halal.



HOCHWERTIG UND KONTROLLIERT: UNSERE ROHSTOFFE

Herkunft der Milch

Den überwiegenden Anteil beziehen wir dabei von unseren Mitgliedsmolkereien und Mitgliedsmeiereien aus Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein. Uelzena stellt milchbasierte Zutaten und Produkte ausschließlich aus Milchrohstoffen her, die aus Deutschland oder der Europäischen Union stammen.

Lieferanten und Rohstoffqualität

Aufgrund eines risikobasierten Qualitätskonzepts überprüft die Uelzena-Gruppe ihre Lieferanten regelmäßig anhand von Audits, Besuchen und Auskünften. Außerdem existieren für alle eingesetzten Rohstoffe Lieferantenspezifikationen.

Bestrahlung

Die von der Uelzena-Gruppe verwendeten Rohstoffe und produzierten Waren werden nicht bestrahlt. Die Höchstwerte für Lebensmittel in Bezug auf Radioaktivität werden streng eingehalten.

Gentechnik

Bei der Herstellung ihrer Produkte verzichtet die Uelzena-Gruppe gänzlich auf genteisch veränderte Organismen (GVO). Das gilt für sämtliche verwendeten Rohstoffe, Zutaten und Zusatzstoffe. Unsere Erzeugnisse unterliegen somit keiner Kennzeichnungspflicht gemäß VO 1829/2003 EG beziehungsweise VO 1830/2003 EG.

Nanotechnologie

Wir nutzen in der Produktion keine Nanotechnologie.

Packmittel, Packhilfsmittel und Bedarfsgegenstände

Hierfür liegen zusätzlich lebensmittelrechtliche Unbedenklichkeitserklärungen gemäß VO (EG) 1935/2004 und VO (EG) 10/2011 vor. Die eingesetzten Verpackungsmaterialien entsprechen den gesetzlich gültigen Vorschriften der Bedarfsgegenständeverordnung und dem jeweils gültigen deutschen und europäischen Recht. Zusätzlich sind von den Lieferanten entsprechende Bestätigungen und Zertifikate vorhanden.

UNSERE ZERTIFIZIERUNGEN:

ISO 9001/2008

IFS FOOD (HIGHER LEVEL)

BRC (BRITISH RETAIL CONSORTIUM)

FAIR TRADE

DIÄT-VERORDNUNG

ÖKO-VERORDNUNG

KOSCHER & HALAL



SICHERE PRODUKTION, SICHERE WARE

Die Uelzena-Gruppe hat ein wirksames HACCP-Management aufgebaut. Auf diese Weise schließen wir mögliche gesundheitliche Gefahren für Verbraucher aus, die sich in der Lebensmittelproduktion ergeben können. Zu den Maßnahmen gehören:

Wirksames Allergen-Management

Bei internen und externen Audits stehen Allergene im Fokus. Als internationaler Erzeuger achten wir genau darauf, dass alle unsere Produkte den jeweils gültigen lebensmittelrechtlichen Vorschriften des deutschen und europäischen Rechts genügen. Grundlage stellt die Verordnung (EU) 1169/2011 in der immer aktuellen Fassung dar. Diese ergänzen wir durch interne Maßnahmen, die wir auf der Basis von Lieferanten- und Herstellerinformationen durchführen. Das von uns installierte HACCP-Konzept hilft dabei, unbeabsichtigte Kreuzkontaminationen bei Allergenen zu vermeiden. Dabei achten wir auf produkttypische Besonderheiten eines jeden Rohstoffs und passen den HACCP-Plan bei Rohstoff- oder Prozessänderungen an. Die Effektivität der Reinigung prüfen und dokumentieren wir vor jedem Produktwechsel. Uelzena arbeitet außerdem nach den Grundsätzen der guten Herstellungspraxis (GMP), also den Richtlinien zur Qualitätssicherung der Lebensmittelproduktion.

Instandhaltungsmanagement und Wartung

Wer Qualitätsprodukte herstellt, benötigt einwandfrei funktionierende Anlagen. Unser EDV-gestütztes Instandhaltungsmanagement gewährleistet die regelmäßige und nötigenfalls vorbeugende Wartung. Schmierstellen liegen generell außerhalb der produktberührenden Bereiche, alle eingesetzten Schmierstoffe sind lebensmittelkonform. Darüber hinaus sind alle im Betrieb verwendeten technischen Hilfsstoffe mit Produktkontakt lebensmitteltauglich. Das ist in entsprechenden Zertifikaten und Sicherheitsdatenblättern dokumentiert. Auch die eingesetzte Druckluft ist frei von Ölen. Zu diesem Themenkomplex schulen wir unsere Mitarbeiter regelmäßig.

Fremdkörper-Management

Ganz klar: In unsere Produkte darf kein Fremdkörper gelangen. Uelzena erfüllt diese Vorgabe, indem es in der gesamten Produktion – vom Wareneingang bis zur Auslieferung – nur bruch sichere Lampen zulässt, Produktionslinien geschlossen hält und Holzgeräte, Glasbehälter, Uhren sowie Schmuck untersagt. Zudem müssen alle Fertigwaren Siebungen durchlaufen. Mögliche Metallverunreinigungen werden über Magnetseparatoren ausgeschlossen.

Hygienezonen und Hygienevorschriften

Das bei der Uelzena-Gruppe umgesetzte Hygienezonen-Konzept soll die Kontaminationsgefahr durch gesundheitsschädliche Bakterien ausschließen. Nach einer gründlichen Risikoanalyse haben wir verschiedene Maßnahmen umgesetzt. Dazu gehört die sektionale und räumliche Trennung risikoreicher von risikoarmen Zonen. Für alle Produktionsbereiche gelten spezielle Regeln zum Betreten sowie zum Ein- und Ausschleusen von Materialien und Werkzeugen. Hinzu kommen Hygiene- und Handhabungsvorschriften. Sie minimieren die Gefahren, die von Mitarbeitern und Fremdpersonal im Produktionsbereich ausgehen. Überdies gibt es Vorschriften zur Arbeitskleidung, inklusive einem Kopf- und Bartschutz. Wir schulen unsere Mitarbeiter selbstverständlich kontinuierlich gemäß dem Infektionsschutzgesetz sowie zusätzlich zur Personal- und Betriebshygiene.

Schädlingsprophylaxe

Um Schädlinge wie Insekten und Nager in Produktion und Lager abzuwehren, führt ein unabhängiges und zertifiziertes Spezialunternehmen regelmäßig eine gezielte Schädlingsprophylaxe durch. Sie umfasst die Installation von Gazefenstern, Pheromonfallen, UV-Lichtfallen und Nagetierfallen. Giftköder werden nicht eingesetzt.

WENIGER VERBRAUCHEN, MEHR LEISTEN

Uelzena investiert viel Arbeit in den betrieblichen Umweltschutz. Das lohnt sich nachhaltig, weil die Unternehmensgruppe auf diese Weise langfristig ihre Wettbewerbsfähigkeit stärkt.

Die Jahre 2013 und 2014 markieren einen Meilenstein in der Entwicklung von Uelzenas Umweltleistung: Gegenüber 2012 sind die Treibhausgas-Emissionen der Uelzena-Gruppe um knapp ein Viertel geschrumpft – das sind exakt 12.293 Tonnen Kohlendioxid, die das Klima jährlich weniger belasten.

Die Bundesregierung hat sich als Ziel gesetzt, die jährlichen Emissionen im Zeitraum von 1990 bis 2020 um 40 Prozent zu senken. Wir wollen eine CO₂-Senkung in einem kürzeren Zeitraum, von 2012 bis 2020, in Höhe von 30 Prozent erreichen.


Eine Schlüsselrolle spielt dabei die Steigerung der Energieeffizienz. Für ein energie- und ressourcenintensives Unternehmen wie Uelzena lohnen sich Investitionen in Effizienz langfristig, weil sie auch direkte Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit haben. Effizienzstreben und Umweltschutz sind damit zentrale Bestandteile der Strategie, mit der das Unternehmen seine Zukunft sichert.

Der sorgsame Umgang mit Ressourcen hat Tradition

Diese Erkenntnis ist für Uelzena keinesfalls neu, eine intakte Umwelt ist die Existenzgrundlage aller Landwirte. Als Unternehmen der Milchwirtschaft gehen wir traditionell sehr sorgsam mit natürlichen Ressourcen und Energie um. Ein Beispiel: Wasser wird in der Produktion mehrfach genutzt, sofern es die hygienischen Standards erlauben. Auch das Dampfkondensat wird zur erneuten Dampferzeugung eingesetzt.

Wir planen und modernisieren für die Zukunft

Darüber hinaus investiert die Uelzena-Gruppe an allen Standorten kontinuierlich in die Modernisierung der Produktionsanlagen, Verfahren und Prozesse. Eine zentrale Neuerung im Jahr 2013 war die Inbetriebnahme eines Blockheizkraftwerks am Standort in Uelzen. Es verringert signifikant die Emissionen durch unsere Produktion.



30%

weniger CO₂-Emissionen
bis 2020

Mit einem Wirkungsgrad von

84%

erzeugt unser neues Blockheizkraftwerk in Uelzen hocheffizient Energie.

Mit diesem erdgasbetriebenen Kraftwerk erzeugen wir hocheffizient Wärme, Dampf und Strom. Der Wirkungsgrad der Anlage liegt bei 84 Prozent. 14 Prozent mehr, als der Gesetzgeber für diese Kraftwerke vorschreibt. Anfallende Stromüberschüsse werden von Uelzena in das öffentliche Netz einspeist. Die dezentrale Energieversorgung und die Einbindung der Eigenstromerzeugung in das Netzmanagement sind ein Beitrag zur Stabilisierung der öffentlichen Stromnetze.

Das jüngste Großprojekt zur Effizienzsteigerung steht im Werk Bismark: Um die Jahreswende 2014/15 wurde ein weiteres Blockheizkraftwerk in Betrieb genommen. Es soll künftig rund 80 Prozent des Strombedarfs und einen Großteil des Wärmebedarfs des Standorts decken. Das Werk in Bismark hat zudem

bereits ein Energiemanagement nach ISO 50001 aufgebaut und wurde 2013 und 2014 erfolgreich zertifiziert.

ISO 50001 führen wir gruppenweit ein

Alle abgeschlossenen großen wie auch viele kleinere, fortlaufende Optimierungen werden Teil eines großen Ganzen sein. Denn eines unserer wichtigen Zukunftsprojekte ist die Etablierung des zertifizierten Energiemanagements gemäß ISO 50001 in der gesamten Unternehmensgruppe – von Warmen über Uelzen bis nach Ratzeburg. Firmeneigene Energieexperten identifizieren hierfür gemeinsam mit der Belegschaft laufend und systematisch Einsparpotenziale. Ehrgeiziges Ziel: Die Erhöhung der Energieeffizienz um jährlich mindestens 1,3 Prozent.

ENERGIEVERBRAUCH, ENERGIEINTENSITÄT, EMISSIONEN, VERBRAUCHS- UND ABWASSER & ABFALL

	2012	2013	2014
EN3	ENERGIEVERBRAUCH INNERHALB DER ORGANISATION		
GASVERBRAUCH (ERDGAS KWH)	152.647.000	202.479.000	212.467.326
STROMVERBRAUCH (KWH)	38.417.885	36.770.042	39.385.790
DAVON STROMLIEFERUNGEN AN EXTERNE (KWH)	0	7.236.000	4.862.000
Gestiegener Gasverbrauch durch Umstellung auf selbsterzeugten Strom aus Gas ab 2013 im Werk Uelzen; zusätzlich Nutzung der Abwärme.			
EN5	ENERGIEINTENSITÄT		
GESAMTENERGIEVERBRAUCH PRO KILOGRAMM PRODUKT (KWH/KG PRODUKT)	1,22	1,42	1,41
STROMVERBRAUCH PRO KILOGRAMM PRODUKT (KWH/KG PRODUKT)	0,24	0,22	0,22
GASVERBRAUCH PRO KILOGRAMM PRODUKT (KWH/KG PRODUKT)	0,97	1,20	1,19
PRODUKTIONSMENGEN UELZENA-WERKE GESAMT IN TONNEN	157.193	168.828	178.623
Gasverbrauch inkl. Gasverbrauch für Stromverkauf an Externe. Produktionsmengen sind nicht konsolidiert, sondern additiv angegeben.			
EN15	GESAMTE DIREKTE UND INDIREKTE TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN		
EN16			
KOHLENDIOXID-EMISSIONEN (TONNEN)	51.241	42.466	38.948
KOHLENDIOXID-EMISSIONEN IN TONNEN PRO TONNE PRODUZIERTEM PRODUKT	0,33	0,25	0,22
EN8	GESAMTWASSERENTNAHME NACH QUELLE		
WASSERVERBRAUCH (m ³)	1.016.718	1.043.489	1.058.994
WASSERVERBRAUCH (m ³) PRO TONNE PRODUZIERTEM PRODUKT	6,47	6,18	5,93
EN22	GESAMTVOLUMEN DER ABWASSEREINLEITUNG NACH QUALITÄT UND EINLEITUNGSORT		
ABWASSER (m ³)	816.466	806.503	812.777
ABWASSER IN m ³ PRO TONNE PRODUZIERTEM PRODUKT	5,19	4,78	4,55
EN23	GESAMTGEWICHT DES ABFALLS NACH ART UND ENTSORGUNGSMETHODE		
GESAMTABFALL (TONNEN)	1.150,90	1.073,78	1.296,80
DAVON PRODUKTIONSMENGENABHÄNGIG UND WIEDERVERWERTBAR	787,30	792,70	916,50
DAVON PRODUKTIONSMENGENABHÄNGIG UND NICHT WIEDERVERWERTBAR	257,60	245,00	276,10
DAVON PRODUKTIONSMENGENUNABHÄNGIG*	106,00	36,10	104,20
ANTEIL WIEDERVERWERTBARER AN DEN GESAMTEN PRODUKTIONSABHÄNGIGEN ABFÄLLEN (%)	75,3	76,4	76,8
PRODUKTIONSMENGENABHÄNGIGE ABFÄLLE IN KG PRO TONNE PRODUZIERTEM PRODUKT	6,65	6,15	6,67
* Bauschutt, Gartenabfälle, Alt-Akten			

EIN PLAN,
DREI WÖRTE:



AUSBILDEN, FÖRDERN, BEGEISTERN

Guter Lohn, sichere Arbeitsplätze, interessante Perspektiven – die Uelzena-Gruppe gilt als attraktiver Arbeitgeber. Wir pflegen diesen guten Ruf, weil er ein wichtiger Baustein unserer nachhaltigen Personalstrategie ist.

Die Bevölkerung in Deutschland schrumpft, während ihr Altersdurchschnitt steigt. Heute leben hierzulande 82 Millionen Menschen, 2060 könnten es nach Experten-Schätzungen nur noch 65 Millionen sein. Davon wäre jeder Dritte 65 Jahre alt oder älter. So lautet die Prognose des Statistischen Bundesamtes. Der drohende demografische Wandel stellt die deutsche Wirtschaft vor enorme Herausforderungen, weil er die Konkurrenz um Arbeitskräfte künftig deutlich verschärfen wird. Davon ist auch die Uelzena-Gruppe betroffen. Wir arbeiten daher kontinuierlich an einer nachhaltigen Personalstrategie, mit der wir unseren Bedarf an kompetenten Fach- und Nachwuchskräften langfristig sichern wollen. Unsere Ausgangslage ist hierfür günstig.

Guter Lohn, sichere Stellen, vielfältige Entwicklungswege

In der Region und in der Branche gilt die Uelzena-Gruppe als ein Arbeitgeber, der seine Mitarbeiter überdurchschnittlich entlohnt und ihnen sichere sowie überwiegend langfristige Perspektiven bietet. Da wir als Unternehmensgruppe verschiedene Firmen und Standorte unter einem Dach vereinen, können wir unseren Mitarbeitern auch vielfältige Entwicklungsperspektiven eröffnen. Zudem unterstützen wir Mitarbeiter, die sich qualifizieren und weiterbilden möchten. In den regelmäßigen Mitarbeitergesprächen klären wir Interesse, Bedarf und Möglichkeiten einer beruflichen Weiterentwicklung.

Mehr als 90 Prozent unserer Azubis übernehmen wir

Unsere Auszubildenden begleiten und unterstützen wir intensiv bei ihren ersten beruflichen Schritten. Die Uelzena-Gruppe zeichnet sich durch eine strukturierte und transparente Ausbildung aus. Wir wollen junge Menschen als künftige Fachkräfte gewinnen. Ihre Ausbildung sehen wir als langfristige Investition. Wie groß das Interesse ist, möglichst viele von ihnen optimal auszubilden, belegen zwei Zahlen: Unsere Ausbildungsquote liegt bei vergleichsweise hohen 7 Prozent (Bundesdurchschnitt: 5,7 Prozent) und unsere Azubi-Übernahmequote beträgt über 90 Prozent.

Gesundheit schonen, individuelle Arbeitsmodelle finden

Kompetente Nachwuchskräfte zu finden ist in Zeiten des demografischen Wandels eine zentrale Zukunftsaufgabe. Ebenso wichtig ist es, sie dann möglichst lange im Unternehmen zu halten. Das gilt nicht nur für Neuzugänge, sondern für alle unsere Mitarbeiter. So fördern wir Maßnahmen, die es älteren Beschäftigten auch bei körperlich anstrengenden Tätigkeiten ermöglichen, ihren Beruf weiter auszuüben: etwa indem wir anstrengende körperliche Arbeiten durch ergonomisch-technische Lösungen wie Tragehilfen oder Hebebühnen erleichtern. Unbedingt vermeiden wollen wir auch, dass sich Eltern zwischen Familie und Beruf entscheiden müssen.



Unsere Ausbildungsquote
liegt bei

7%

BUNDESDURCHSCHNITT: 5,7%



Von insgesamt 655
Mitarbeitern sind

591

unbefristet angestellt

Wir finden für unsere Mitarbeiter mit Familien – soweit es betrieblich möglich ist – individuelle Lösungen und schaffen gute Rahmenbedingungen. Deshalb sind wir ausgezeichnet mit dem Fami-Siegel.

Unsere Zukunftsaufgabe: Gute Ansätze weiterentwickeln

Die solide Ausgangslage, die unsere gegenwärtige Personalpolitik geschaffen hat, werden wir weiterentwickeln. Die Hauptziele sind: die Attraktivität der Uelzena-Gruppe als Arbeitgeber weiter steigern, Mitarbeiter möglichst langfristig beschäftigen und ihre Leistungsfähigkeit noch intensiver fördern. Dabei werden wir bereits bestehende Instrumente und Aktionsfelder ausbauen, etwa Weiterbildung und Ausbildung, Gesundheitsförderung oder auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.



GESAMTANZAHL SOWIE NACH GESCHLECHT, VERTRAGSART UND BESCHÄFTIGUNGSART

	2012	2013	2014
G4-9 GESAMTANZAHL	624	640	655
G4-10 MÄNNER	436	444	456
FRAUEN	188	196	199
UNBEFRISTETER ARBEITSVERTRAG	564	581	591
BEFRISTETER ARBEITSVERTRAG	16	15	18
AUSBILDUNG / PRAKTIKUM	44	44	46
VOLLZEIT	585	602	616
TEILZEIT	39	38	39
LA6 AUSFALLTAGE			
AUSFALLTAGE PRO MITARBEITER DURCH UNFÄLLE ODER BERUFSEKRANKUNG	0,55	0,99	0,72
LA9 AUS- UND WEITERBILDUNG			
DURCHSCHNITTLICHE JÄHRLICHE STUNDENZAHL PRO MITARBEITER	4	5	6
DURCHSCHNITTSALTER DER BELEGSCHAFT IN JAHREN	42,9	43,0	42,7
DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT IN JAHREN	14,4	14,0	14,2

Mitarbeiterbezogene Kennzahlen beziehen sich auf alle Mitarbeiter und Standorte der Gruppe. Sie sind als Kopfzahl benannt.

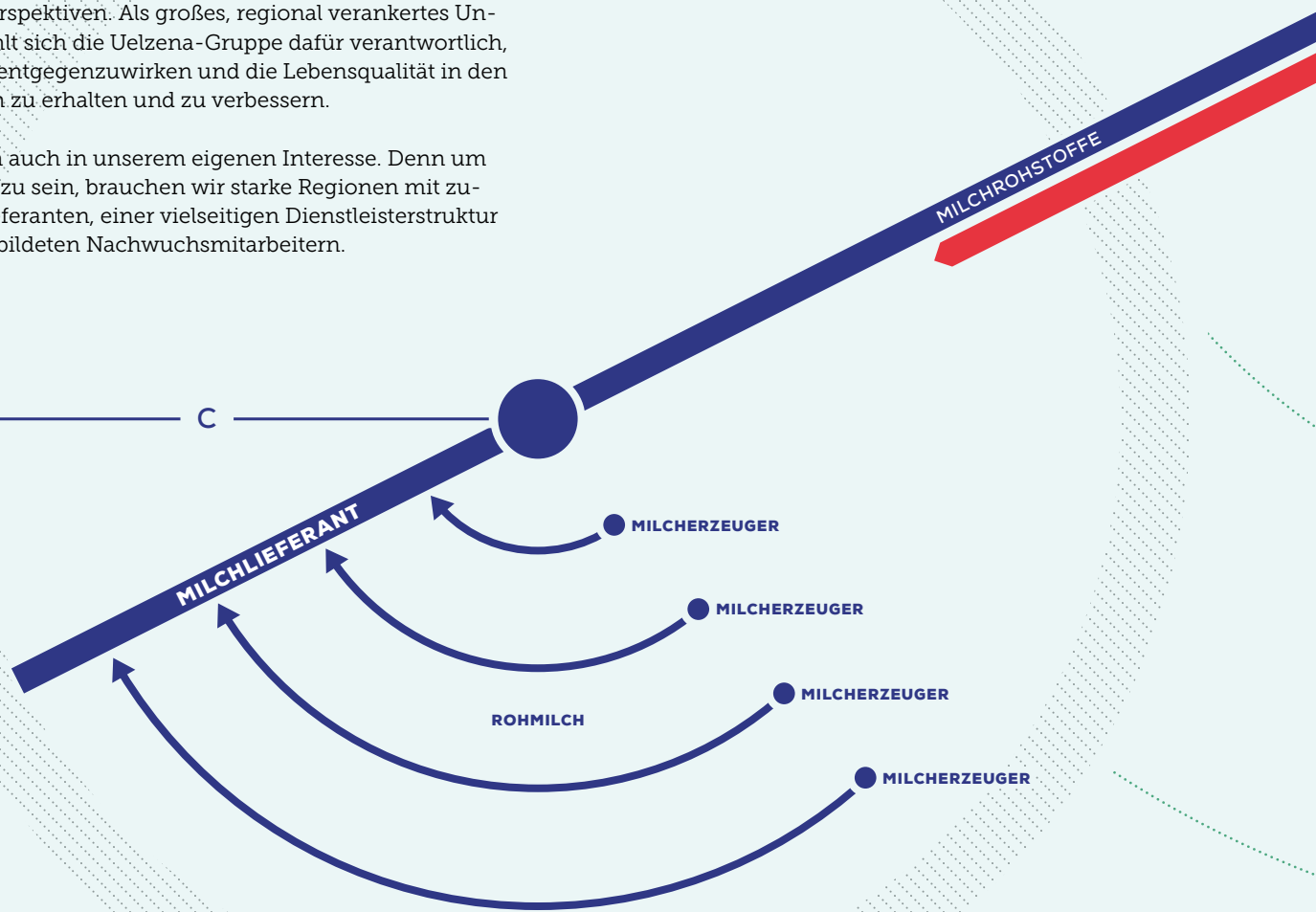
STARKE REGIONEN STÄRKEN UNS

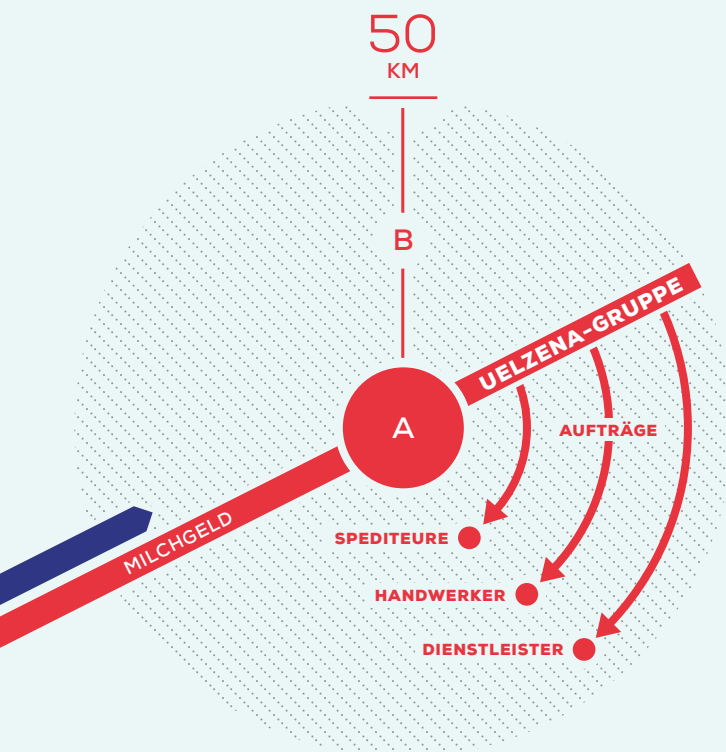
Wir zahlen unseren Milchlieferanten ein wettbewerbsfähiges Milchgeld. Jungen Menschen bieten wir berufliche Chancen. Die Uelzena-Gruppe fördert gemeinnützige Vereine und unterstützt das Ehrenamt. Warum? Weil es die regionale Wirtschaft belebt und die Lebensqualität steigert. Das hilft und stärkt langfristig auch uns.

Die Uelzena-Gruppe ist ein norddeutsches Unternehmen. Unsere Werksregionen sind überwiegend landwirtschaftlich geprägt, denn das ist der Garant für die Qualität unseres Rohstoffs. Auch wenn das nicht für alle Standorte gleich stark gilt: Diese Regionen sind, wie viele andere ländliche Regionen, gleichzeitig eher strukturschwach. Junge Menschen wandern zunehmend in die Städte ab, sehen dort für sich die besseren beruflichen Perspektiven. Als großes, regional verankertes Unternehmen fühlt sich die Uelzena-Gruppe dafür verantwortlich, diesem Trend entgegenzuwirken und die Lebensqualität in den Werksregionen zu erhalten und zu verbessern.

Das ist letztlich auch in unserem eigenen Interesse. Denn um leistungsfähig zu sein, brauchen wir starke Regionen mit zuverlässigen Lieferanten, einer vielseitigen Dienstleisterstruktur und gut ausgebildeten Nachwuchsmitarbeitern.

150
KM





● SCHULEN

● SOZIALE INITIATIVEN

D

● VEREINE

● FREIWILLIGE FEUERWEHR

● KULTUREINRICHTUNGEN

E

A. WERKSSTANDORT

Die Unternehmen der Uelzena-Gruppe sind in ihren jeweiligen Werksregionen in Uelzen, Warmßen, Ratzeburg und Bismark ein wichtiger oder sogar der wichtigste Wirtschaftsakteur. Sie schaffen Arbeitsplätze, zahlen Steuern und Abgaben und stärken die regionale Wirtschaft.

B. LOKALE DIENSTLEISTER

Ob Reparaturen, Reinigungsdienste oder Warentransporte – die Uelzena-Gruppe beauftragt regelmäßig selbstständige Dienstleister. Dabei berücksichtigen wir möglichst regionale Anbieter, die im Umkreis von 50 Kilometern um einen unserer Standorte herum ansässig sind. Auch so stärken wir die regionale Wirtschaft und sichern Arbeitsplätze. Über alle Standorte konnte die Uelzena-Gruppe in den Jahren 2013 und 2014 rund 14 Prozent der Dienstleistungen an regionale Unternehmen vergeben. Wir möchten diese Werte in den nächsten Jahren verbessern.

C. LANDWIRTSCHAFT

Wir stärken die landwirtschaftliche Wertschöpfung in den Erfassungsregionen. Unser Ziel ist es nämlich nicht, hohe Gewinne für anonyme Shareholder zu generieren. Stattdessen zahlen wir unseren Mitgliedsolkereien einen wettbewerbsfähigen Milchpreis aus. Die verarbeitete Rohmilch stammt zu 86 Prozent von unseren Mitgliedsolkereien. Die verarbeiteten Milchrohstoffe kommen sogar zu 90 Prozent aus regionaler Erfassung. Die Milchlieferanten erfassen die Rohmilch von Milcherzeugern innerhalb eines Radius von maximal 150 Kilometern um ihren jeweiligen Standort herum. So bleibt der von uns erarbeitete Mehrwert größtenteils den Regionen erhalten.

D. JUGEND

Wir helfen jungen Menschen, ihr Potenzial zu entfalten. Aus diesem Grund stehen wir als Bildungspate an verschiedenen Schulen zur Verfügung und begleiten vielversprechende Eigeninitiativen und Schülerprojekte. Darüber hinaus beteiligen wir uns an Aktionen zur Berufsorientierung oder an Kooperationen zwischen Schulen und der regionalen Wirtschaft. Unser Ziel ist dabei nicht zuletzt, junge Talente zu erkennen und an das Unternehmen heranzuführen. Zugleich wollen wir erreichen, dass sich wieder mehr junge Menschen für ein Leben in den Regionen entscheiden.

E. EHRENAMT & MITARBEITER

Wir begrüßen es, wenn sich unsere Mitarbeiter engagieren – sowohl für unser Unternehmen als auch für das Gemeinwesen. Daher ermutigen wir unsere Mitarbeiter, sich ehrenamtlich einzusetzen, etwa bei der Freiwilligen Feuerwehr, in sozialen Initiativen, Sportvereinen oder auch Kultureinrichtungen. Dafür gestalten wir die Arbeitszeit, wenn möglich, flexibel. Zudem fördern wir auf Antrag gemeinnützige Organisationen, in denen sich auch die Mitarbeiter ehrenamtlich engagieren.

GRI-INDEX

„G4-FOOD-PROCESSING“ FÜR DEN NACHHALTIGKEITSBERICHT DER UELZENA-GRUPPE 2014

ERFÜLLUNGSGRAD

✓ = voll berichtet ■ = teilweise berichtet ● = nicht berichtet/erhoben ✗ = nicht anwendbar

Da wir uns in diesem Jahr nur an GRI 4.0 anlehnen und den Bericht noch nicht zertifizieren lassen, weichen wir zum Teil von den offiziellen Vorgaben ab. Beispielsweise informieren wir die Leser, ob wir einen Indikator voll, teilweise oder nicht berichten.

ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

ID	INDIKATOR	VERWEIS (SEITE)	ERFÜLLUNGSGRAD	ANMERKUNG
STRATEGIE UND ANALYSE				
G4-1	ERKLÄRUNG DES VORSTANDS ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT	3	■	
ORGANISATIONSPROFIL				
G4-3	NAME DER ORGANISATION	2, 10	✓	
G4-4	WICHTIGSTE MARKEN, PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN	10, 11	✓	
G4-5	HAUPTSITZ DES UNTERNEHMENS	9, 10	✓	
G4-6	ANZAHL DER LÄNDER, IN DENEN DIE ORGANISATION TÄTIG IST	9	✓	
G4-7	EIGENTÜMERSTRUKTUR UND RECHTSFORM	8-11	✓	
G4-8	MÄRKTE, DIE BEDIENT WERDEN	10, 11, 20-23	✓	
G4-9	GRÖSSE DER ORGANISATION (BESCHÄFTIGTE, STANDORTE, ERLÖSE, GESAMTKAPITALISIERUNG, MENGE DER GELIEFERTEN PRODUKTE)	2, 8-11, 20, 21	✓	
G4-10	KERNDATEN ZUM PERSONAL	45	■	
G4-11	PROZENTSATZ DER VON KOLLEKTIVEREINBARUNGEN ERFASSTEN ARBEITNEHMER		●	
G4-12	LIEFERKETTE DER ORGANISATION	10, 11, 30-33	■	
G4-13	VERÄNDERUNGEN IN GRÖSSE, STRUKTUR, EIGENTUMSSTRUKTUR IM UNTERNEHMEN/ LIEFERKETTE WÄHREND DES BERICHTSZEITRAUM		●	
G4-14	VORSORGEANSATZ UND -PRINZIP		●	
G4-15	WIRTSCHAFTLICHE, ÖKOLOGISCHE, GESELLSCHAFTLICHE CHARTAS, PRINZIPIEN, INITIATIVEN		●	
G4-16	MITGLIEDSCHAFTEN IN VERBÄNDEN	10	■	
ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN				
G4-17	LISTE GENANNTER UND NICHT GENANNTER UNTERNEHMEN IM JAHRESBERICHT	20-25	■	
G4-18	VERFAHREN ZUR FESTLEGUNG DER BERICHTSINHALTE	6, 7	■	
G4-19	ASPEKTE IM PROZESS ZUR FESTLEGUNG DER BERICHTSINHALTE	7, 48-53	■	
G4-20	ABGRENZUNG DER ASPEKTE IM UNTERNEHMEN		●	
G4-21	ABGRENZUNG DER ASPEKTE AUSSERHALB DES UNTERNEHMENS		●	
G4-22	NEUDARSTELLUNGEN GEGENÜBER FRÜHEREN BERICHTEN & AUSWIRKUNGEN		✗	
G4-23	ÄNDERUNGEN IN UMFANG UND GRENZEN IM VERGLEICH ZU FRÜHEREN BERICHTEN		✗	

ID	INDIKATOR	VERWEIS (SEITE)	ERFÜLLUNGSGRAD	ANMERKUNG
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN				
G4-24	LISTE DER EINGEBUNDENEN STAKEHOLDER	12, 13	✓	
G4-25	GRUNDLAGE FÜR DIE ERMITTLUNG UND AUSWAHL DER STAKEHOLDER	12, 13	■	
G4-26	ART DER EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN	12, 13	✓	
G4-27	THEMEN DER STAKEHOLDER	12, 13	✓	
BERICHTSPROFIL				
G4-28	BERICHTSZEITRAUM	6	✓	
G4-29	DATUM DES VORANGEGANGENEN BERICHTS		✗	
G4-30	BERICHTSZYKLUS	6	✓	
G4-31	KONTAKT	55	✓	
G4-32	GEWÄHLTE GRI-INDEX-OPTION	6	✓	
G4-33	BESCHREIBUNG DER BERICHTSPRÜFUNG		●	
UNTERNEHMENSFÜHRUNG				
G4-34	FÜHRUNGS- UND ENTSCHEIDUNGSSTRUKTUR	16, 17	✓	
ETHIK UND INTEGRITÄT				
G4-56	WERTE, GRUNDSÄTZE SOWIE VERHALTENSSTANDARDS IM UNTERNEHMEN		●	

GRI-INDEX

ERFÜLLUNGSGRAD

✓ = voll berichtet ■ = teilweise berichtet ● = nicht berichtet/erhoben ✗ = nicht anwendbar

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

ID	INDIKATOR	VERWEIS (SEITE)	ERFÜLLUNGSGRAD	ANMERKUNG
MANAGEMENTANSATZ				
G4-DMA	MANAGEMENTANSATZ (DMA)	16, 17	■	
KATEGORIE: WIRTSCHAFTLICH				
WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG / ECONOMIC PERFORMANCE				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	
G4-EC1	DIREKT ERWIRTSCHAFTETER UND VERTEILTER WIRTSCHAFTLICHER WERT / ECONOMIC PERFORMANCE	11	■	
G4-EC3	DECKUNG DER VERPFLICHTUNGEN AUS DEM LEISTUNGSORIENTIERTEN PENSIONSPLAN	11	■	
BESCHAFFUNG				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	30-33, 36, 15	■	
G4-EC9	ANTEIL AN AUSGABEN FÜR LOKALE LIEFERANTEN AN STANDORTEN	46, 47	■	
KATEGORIE: ÖKOLOGISCH				
MATERIALIEN / MATERIALS				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	15, 30-33	■	
G4-EN1	EINGESETZTE MATERIALIEN NACH GEWICHT ODER VOLUMEN	32	■	
G4-EN2	ANTEIL VERWENDETER SEKUNDÄRROHSTOFFE	32	■	
ENERGIE				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	15, 38-40	■	
G4-EN3	ENERGIEVERBRAUCH INNERHALB DES UNTERNEHMENS	41	■	
G4-EN5	ENERGIEINTENSITÄT	41	✓	
WASSER				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	
G4-EN8	GESAMTWASSERENTNAHME NACH QUELLE	41	■	
EMISSIONEN				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	15, 38-40	■	
G4-EN15	DIREKTE THG-EMISSIONEN	41	■	
G4-EN16	INDIREKTE THG-EMISSIONEN	41	■	

ID	INDIKATOR	VERWEIS (SEITE)	ERFÜLLUNGSGRAD	ANMERKUNG
ABWASSER UND ABFALL				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	
G4-EN22	GESAMTVOLUMEN ABWASSEREINLEITUNG NACH QUALITÄT UND EINLEITUNGSORT	41	■	
G4-EN23	GESAMTGEWICHT DES ABFALLS NACH ART UND ENTSORGUNGEMETHODE	41	■	
COMPLIANCE				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	
G4-EN29	BUSSGELDER UND STRAFEN WEGEN NICHT-EINHALTUNG VON UMWELTAUFLAGEN	51	✓	Keine Bußgelder oder Strafen
TRANSPORT				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	
G4-EN30	ERHEBLICHE ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH DEN TRANSPORT VON PRODUKTEN, GÜTERN, MATERIALIEN		●	
LIEFERANTEN-BEWERTUNG HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	Umsetzung ab 2016 geplant
G4-EN32	ÜBERPRÜFUNG NEUER LIEFERANTEN		●	
KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH				
UNTERKATEGORIE: ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG				
BESCHÄFTIGUNG				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	14, 43, 44	■	
G4-LA1	GESAMTZAHL UND RATE NEU EINGESTELLTER MITARBEITER SOWIE PERSONALFLUKTUATION NACH ALTER, GESCHLECHT UND REGION		●	
ARBEITGEBER-ARBEITNEHMER-VERHÄLTNIS / LABOR/MANAGEMENT RELATIONS				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	
G4-LA4	MINDESTMITTEILUNGSFRISTEN VON BETRIEBLICHEN VERÄNDERUNGEN		●	
ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	14, 43, 44	■	
G4-LA6	VERLETZUNGSARTEN, BERUFSKRANKHEITEN, AUSFALLTAGE, ABWESENHEITEN	45	■	
AUS- UND WEITERBILDUNG				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	
G4-LA9	STUNDENANTEIL PRO MITARBEITER UND JAHR	45	■	

GRI-INDEX

ERFÜLLUNGSGRAD

✓ = voll berichtet ■ = teilweise berichtet ● = nicht berichtet/erhoben ✗ = nicht anwendbar

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN (FORTSETZUNG)

ID	INDIKATOR	VERWEIS (SEITE)	ERFÜLLUNGSGRAD	ANMERKUNG
BEWERTUNG LIEFERANTEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	15, 30-33	■	
G4-LA14	PROZENTSATZ NEUER ÜBERPRÜFTER LIEFERANTEN ANHAND VON ARBEITSPRAKTIKEN		●	
UNTERKATEGORIE: GESELLSCHAFT				
LOKALE GEMEINSCHAFTEN				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	15, 46, 47	■	
G4-SO1	PROZENTSATZ STANDORTE MIT EINBINDUNG LOKALER GEMEINEINSCHAFTEN	52	■	75 Prozent, bezogen auf Werksstandorte
KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	Richtlinien werden entwickelt
G4-SO3	GESAMTZAHL UND PROZENTSATZ AUF KORRUPTIONSRISKEN GEPRÜFTER GESCHÄFTSSTANDORTE		●	
WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	
G4-SO7	GESAMTZAHL DER VERFAHREN AUFGRUND WETTBEWERBSWIDRIGEN VERHALTENS UND IHRE ERGEBNISSE	52	■	Keine Verfahren
COMPLIANCE				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	
G4-SO8	STRAFEN WEGEN NICHT-EINHALTUNG VON GESETZEN UND VORSCHRIFTEN	52	■	Keine Verstöße
GESUNDHEIT UND ERSCHWINGLICHE LEBENSMITTEL				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	Eigene Indikatoren geplant
TIERWOHL				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	33	■	Management im Aufbau, eigene Indikatoren geplant

ID	INDIKATOR	VERWEIS (SEITE)	ERFÜLLUNGSGRAD	ANMERKUNG
UNTERKATEGORIE: PRODUKTVERANTWORTUNG				
KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	15, 35-37	■	
G4-PR1	PROZENTSATZ PRODUKT- UND DIENSTLEISTUNGSKATEGORIEN, DEREN AUSWIRKUNG AUF GESUNDHEIT UND SICHERHEIT GEPRÜFT WERDEN	52	✓	100 Prozent
KENNEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	
G4-PR3	PROZENTSATZ UND ART DER ERFORDERLICHEN PRODUKT- UND DIENSTLEISTUNGSINFORMATIONEN	53	■	100 Prozent
COMPLIANCE				
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ		●	Management im Aufbau
G4-PR9	BUSSGELDER UND STRAFEN WEGEN NICHT-EINHALTUNG VON GESETZEN UND VORSCHRIFTEN IN BEZUG AUF DIE NUTZUNG UND BEREITSTELLUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN	53	■	Keine Bußgelder oder Strafen

MITGLIEDER DER ARBEITSGRUPPE NACHHALTIGKEIT



„Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema, eine standortübergreifende Arbeitsgruppe ist für uns dabei unabdingbar. Sie hat eine sehr gute Basis für die weitere nachhaltige Entwicklung der Uelzena-Gruppe gelegt, und dieser Bericht schafft nun die notwendige Transparenz“.

UWE RADKE

UWE RADKE

Geschäftsführer Marketing & Vertrieb

Uelzena eG

Nachhaltigkeitsbeauftragter und Leiter der Arbeitsgruppe

OLAF BRAUMANN

Geschäftsführer Produktion & Technik

H. Schoppe & Schultz GmbH & Co. KG

HEINO ALBRECHT

Geschäftsführer

Altmark-Käserei Uelzena GmbH

HINRICH KRÖGER

Geschäftsführer Verwaltung, Produktion & Technik

WS Warmseener Spezialitäten GmbH

JÖRG FINK

Geschäftsführer Finanzen & Personal

Uelzena eG

DR. PETER FICHTL

Geschäftsführer Produktion & Technik

Uelzena eG

Stellvertretender Nachhaltigkeitsbeauftragter

INA HINRICHS

Leiterin Personal

Uelzena eG

BERND NÖRENBERG

Leiter Zentraleinkauf

Uelzena eG

VOLKER SUDERBURG

Leiter Milchmanagement

Uelzena eG

KARINA BODE-KOCH

PR-Managerin

Uelzena eG

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Uelzena eG
Im Neuen Felde 87
29525 Uelzen
Tel. +49 581 8 06-0
Fax +49 581 8 06-90 00
www.uelzena.de

PROJEKTLEITUNG

Karina Bode-Koch, PR-Managerin

FACHBERATUNG

Genossenschaftsverband e. V.,
Hannover

KONZEPT, DESIGN UND REALISATION

NKI NETZKREATIVE GmbH, Hamburg
BINAR Design, Berlin/Hamburg

FOTOS

Thies Rätzke, Martin Foddanu, Ludolf
Dahmen (S. 3), photowings (S. 28/29)

DRUCK

Eversfrank Berlin GmbH

Dieser Bericht wurde auf zertifiziertem Papier aus nachhaltiger Produktion gedruckt. Für die klimaneutrale Gesamtproduktion erfolgt eine CO₂-Kompensation durch Aufforstungsprojekte in Schleswig-Holstein.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS UND ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Die Daten in diesem Bericht sind mit größter Sorgfalt erhoben worden. Dennoch können wir Fehler nicht gänzlich ausschließen. Zudem beinhaltet dieser Bericht Zukunftsaussagen, die auf Annahmen und aktuell zur Verfügung stehenden Informationen beruhen. Der künftige Geschäftsverlauf kann jedoch von diesen Prognosen abweichen, weil verschiedene Faktoren nicht unserem Einfluss unterliegen und zu abweichenden Entwicklungen führen können, die am Erscheinungstag unvorhersehbar waren.

Fragen und Anregungen zu diesem Nachhaltigkeitsbericht:

unternehmenskommunikation@uelzena.de

Redaktionsschluss: 21. Mai 2015

Veröffentlichung: 26. Juni 2015

Copyright © 2015 Uelzena eG

WWW.UELZENA.DE