

Dr. Oetker



Rezepte für die Zukunft

Zutaten:

- Motivierte Mitarbeiter
- Produkte von hervorragender Qualität
- Umweltschonende Prozesse
- Ausgefeilte Managementsysteme
- Engagement in der Gesellschaft



Unternehmen und Verantwortung

3		VORWORT
4		BERICHTSRAHMEN
6		PORTRÄT
14		NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE
20		MANAGEMENTSYSTEME
24		PRODUKTVERANTWORTUNG
28		Qualitätssicherung
30		Produktentwicklung
36		Einkauf
40		Produktion
50		Logistik
56		Verbraucher
60		UMWELT- UND KLIMASCHUTZ
66		MITARBEITER
76		GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG



Die Menschheit, insbesondere in den westlichen Industrieländern, lebt über ihre Verhältnisse. Wir konsumieren die Naturressourcen schneller als sie nachwachsen und produzieren mehr Abfälle und Klimagasemissionen als die Erde vertragen kann. Laut dem aktuellen Living Planet Report des WWF würden wir etwa 2,5 Erdplaneten benötigen, wenn weltweit alle Menschen lebten wie die Europäer. Auf den Lebensstil der Amerikaner gerechnet sogar vier Planeten.

Wir sind daher alle gefordert umzudenken. Zugegeben, das ist leicht gesagt, aber ein jeder von uns kann in seinem Umfeld einen Beitrag leisten. Als Fa-

milienunternehmen haben wir im Verlauf unserer Firmengeschichte immer wieder Maßnahmen und Projekte zur nachhaltigen Entwicklung umgesetzt, selbst wenn es am Anfang noch keine perfekten Ergebnisse gab. Wir sind dabei jedoch stets den Dr. Oetker Weg gegangen.

Das bedeutet, wir setzen Maßnahmen mit Bedacht um. Eine vorschnelle Entscheidung möchten wir nicht treffen, nur weil ein Thema gerade in der Öffentlichkeit en vogue ist oder gar von einigen Interessengruppen zu einem Skandal stilisiert wird. Auch sind wir uns bewusst, dass wir nicht alle notwendigen Aufgaben auf einmal bearbeiten können. Daher konzentrieren wir uns vorrangig auf die Prozesse, auf die wir wesentlichen Einfluss nehmen können.

Als Familienunternehmen denken wir in Generationen und haben unsere eigenen „Rezepte für die Zukunft“. Wie bei jedem guten Kuchen kommt es aber auch hierbei auf die Zutaten an. Für uns sind die wichtigsten motivierte Mitarbeiter, hochwertige Produkte und ausgereifte Verarbeitungsprozesse. Mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht 2011/2012 möchten wir einen Einblick in unsere nachhaltige Rezeptur geben.

Richard Oetker

Berichtsrahmen

Im Jahr 1994 hat das Unternehmen Dr. Oetker erstmals einen Umweltbericht vorgelegt, ab 2003 wurden die regelmäßig veröffentlichten Umweltberichte durch Nachhaltigkeitsberichte ersetzt. 2010 hat das Unternehmen seine Nachhaltigkeitsberichterstattung auf alle internationalen Standorte ausgeweitet und berichtet seitdem in einem Zyklus von zwei Jahren über seine Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Der vorliegende Bericht umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2011 bis zum 31. Dezember 2012 und ersetzt den Nachhaltigkeitsbericht aus dem Jahr 2010.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2011/12 spiegelt die für das Unternehmen wesentlichen Themen und Herausforderungen nachhaltiger Entwicklung wider und informiert den Leser über die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens sowie über Projekte und Maßnahmen in den Bereichen Klima- und Umweltschutz, Produktverantwortung, Mitarbeiter und gesellschaftliches Engagement.

Bei seiner Nachhaltigkeitsberichterstattung orientiert sich das Unternehmen an den weltweit anerkannten Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI).

Die Angaben im Bericht beziehen sich auf die Dr. Oetker GmbH. Darin eingeschlossen sind alle deutschen und internationalen Vertriebs- und Produktionsstandorte, die zu 100% zum Unternehmen gehören. Der Länderbereich 3A (Afrika, Asien, Australien) ist noch nicht Gegenstand dieses Nachhaltigkeitsberichtes, da sich dieser Bereich noch im Aufbau befindet. An den Standorten in Australien, Südafrika und Indien steht zunächst die Organisation der weiteren Marktentwicklung im Fokus; in China wurde erst im Herbst 2011 eine Produktionsstätte fertiggestellt.

Beteiligungen an Unternehmen finden in diesem Bericht keine Berücksichtigung. Ebenso wenig geht er auf einzelne ökonomische Kennzahlen wie Umsatz, Marktanteile oder Investitionen ein. Auskünfte hierüber gibt der Geschäftsbericht der Oetker-Gruppe, der aufgrund seiner jährlichen Veröffentlichung stets die aktuellen Daten des je-



Konzerngeschäftsbericht
www.oetker-gruppe.de

weils zurückliegenden Geschäftsjahres darlegt.

Die Umweltdaten im Kapitel Produktverantwortung beziehen sich ausschließlich auf die Produktionsstandorte. Sämtliche anderen Daten umfassen – sofern nicht anders angegeben – alle Standorte. Ausgenommen ist, wie eingangs aufgeführt, der Länderbereich 3A. Eine Ausnahme davon bildet die Anzahl der Mitarbeiter auf Seite 68 im Kapitel Mitarbeiter. Diese beinhaltet auch den Länderbereich 3A.

Die Informationen in diesem Bericht richten sich sowohl an Handel, Verbraucher, Mitarbeiter und Geschäftspartner des Unternehmens als auch an Medien, Nichtregierungsorganisationen, Politik und das gesellschaftliche Umfeld. Für eine bessere Lesbarkeit wurde auf geschlechtsbezogene Doppelnennungen verzichtet und die männliche Schreibweise gewählt.

Der Bericht erscheint als Printversion in Deutsch und als PDF in Deutsch und Englisch. Per Download kann die Onlineversion (in Deutsch und Englisch)

auf der Homepage oetker.de und auf oetker.com abgerufen werden. Für die Webseite oetker.com ist ein Relaunch geplant. Infolge der Überarbeitung könnte es hier zu Einschränkungen kommen.

Da der gedruckte Bericht nicht das ganze Spektrum des nachhaltigen Engagements von Dr. Oetker abbilden kann, verweist das Symbol  auf weiterführende Informationen im Internet.

Der Dr. Oetker Nachhaltigkeitsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts beruhen. Verschiedene Faktoren, die nicht dem Einfluss des Unternehmens unterliegen und schwer abschätzbar sind, können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse von den hier angegebenen Zielen abweichen. Zu diesen Faktoren zählen unter anderem künftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer sowie gesetzliche und politische Entscheidungen.



Nachhaltigkeitsbericht
www.oetker.de und
www.oetker.com



Nachhaltiges Handeln mit langer Tradition

Unternehmerische Verantwortung ist im Familienunternehmen Dr. Oetker seit langem gelebte Praxis. In der mehr als 120 Jahre währenden Firmengeschichte haben sich bei Dr. Oetker bestimmte Prinzipien und Handlungsweisen entwickelt, die niemals auf schnelle Gewinnmaximierung abzielen, sondern stets auf die nachhaltige ökonomische Entwicklung des Unternehmens ausgerichtet sind.

Familienunternehmen in vierter Generation

Die im Markenartikelgeschäft aktiven und unter der Dr. Oetker GmbH geführten Unternehmen bilden einen Teil der Oetker-Gruppe. Innerhalb der Gruppe sind sie im Geschäftsbereich Nahrungsmittel eingeordnet.

Die Dr. Oetker GmbH stellt das Dach von zahlreichen Dr. Oetker Produktions- und Vertriebsgesellschaften dar, die in rund 40 Ländern aktiv sind. Weltweit erwirtschaften mehr als 9.000 Mitarbeiter einen Umsatz von rund zwei Milliarden Euro. Das deutsche Kernunternehmen bildet die Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG mit Stammsitz in Bielefeld.

Die Entwicklung von der Gründung im Jahr 1891 bis zum heute international tätigen und weit verzweigten Unternehmen ist maßgeblich durch die Familie Oetker geprägt. Das Unternehmen befindet sich vollständig in ihrem Besitz und ist aufgrund seiner Rechtsform als Personenhandelsgesellschaft unabhängig von den Kapitalmärkten. Mit Richard Oetker wird es heute in der vierten Generation gesteuert. Neben dem wesentlichen Einfluss auf Strategie und Unternehmenspolitik verkörpert und gewährleistet die Inhaberfamilie Solidität, Kontinuität und Stabilität und ermöglicht den Mitarbeitern ein hohes Maß an Identifikation. Den Grundsatz ihres unternehmerischen Engagements hat sie mit den Worten festgelegt: „Die Interes-

sen des Unternehmens haben Vorrang vor denen der Familie.“

Die Marke Dr. Oetker

Bereits der Unternehmensgründer Dr. August Oetker bürgte mit seinem Namen als Garant bester Qualität für seine Erzeugnisse. Damit hatte er einen der ersten Markenartikel in Deutschland geschaffen und die Marke Dr. Oetker schon früh zur soliden Grundlage seines Unternehmens ausgebaut. Damals wie heute signalisiert das Markenzeichen Dr. Oetker, dass diese Produkte von höchster Qualität sind, garantiert gelingen und hervorragend schmecken. Der Wert der Marke wurde und wird dadurch erhalten, dass dieses besondere Qualitätsversprechen stets eingehalten wird.

Dazu orientiert sich das gesamte Handeln an einer strengen Qualitätspolitik. Diese beginnt bei der sorgfältigen Auswahl von Rohwaren und geht bis hin zur Einhaltung sehr hoher Standards bei Produktion und Logistik. Der konsequenten Markenorientierung folgend, stellt Dr. Oetker Markenprodukte her und vermarktet diese zu Preisen, die der besonderen Leistung entsprechen. Zudem setzt das Unternehmen durch Produktinnovationen immer wieder Akzente und gibt Impulse für neue Trends. Auf diese Weise wird zur langfristigen Sicherung des Wertschöpfungspotenzials der Marke Dr. Oetker beigetragen.

← Nachhaltigkeitsstrategie S. 15

→ Die Gruppe S. 12

← Produktverantwortung S. 25

Wiederholt haben unabhängige und repräsentative Umfragen bestätigt, dass Dr. Oetker einen Spitzenplatz unter den deutschen Lebensmittelmarken einnimmt und auch im europäischen Raum zu den vertrauenswürdigsten Nahrungsmittelmarken zählt.

Die Sortimente

Um den sich wandelnden Bedürfnissen und Wünschen der Verbraucher zu entsprechen, werden immer wieder neue Produkte konzipiert und bestehende Produkte weiterentwickelt. Dabei konzentriert sich das Unternehmen im Endverbrauchergeschäft auf drei strategische Sortimente: Nahrungsmittel, Tiefkühlkost und Frische. In diesen Sortimenten, zu denen unter anderem Back- und Dekorartikel, Backmischungen, Dessertpulver, Einmachprodukte, Müsli, frische Fertiggerichte sowie tiefgekühlte Pizzen und Snacks gehören, ist Dr. Oetker in Deutschland mit rund

400 verschiedenen Artikeln vertreten und dort in fast allen seiner Sortimente Marktführer.

In Europa ist das Unternehmen in den Bereichen Backen, Dessert und Tiefkühl-Pizza marktführend. Die internationalen Sortimente umfassen insgesamt mehr als 3.500 verschiedene Produkte, die teils länderübergreifend sind und teils dem jeweiligen landestypischen Geschmack entsprechen. Durch die Akquisition des Unternehmens Fun Foods India ist Dr. Oetker im indischen Markt mit verschiedenen Dressings, Soßen und Dips präsent.

Das Endverbrauchergeschäft wird ergänzt durch spezielle Sortimente, die sich an Großabnehmer richten. Dazu bietet der Dr. Oetker Food-Service Produkte in entsprechenden Gebindegrößen für Küchen und Kantinen in Gastronomie, Krankenhäusern und anderen Institutionen an.



Aus historischen Gründen lautet der Markenname in Italien „cameo“.

STRATEGISCHE SORTIMENTE

Nahrungsmittel



Tiefkühlkost



Frische



Großabnehmer



Die Werke

Dr. Oetker vertreibt seine Produkte weltweit. Dazu ist das Unternehmen mit Vertriebs- und Produktionsstätten in rund 40 Ländern tätig. Hauptsitz des Unternehmens ist Bielefeld.

Die Produktionsstandorte:

■ Tiefkühlkost
 ■ Nahrungsmittel
 ■ Frische



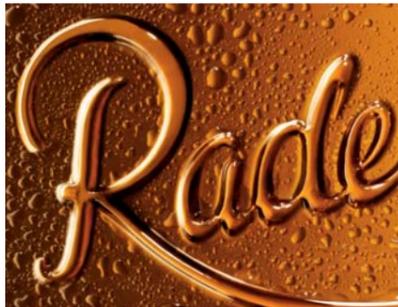
	DEUTSCHLAND	WESTEUROPA	OSTEUROPA	AMERIKA	LÄNDERBEREICH 3A (AFRIKA, ASIEN, AUSTRALIEN)
PRODUKTIONSSTÄTTEN	Bielefeld Ettlingen Moers Oerlinghausen Wittenburg Wittlich	Frankreich Großbritannien Italien Niederlande	Polen Rumänien Russland Serbien Slowakei Tschechien Türkei Ungarn	Argentinien Brasilien Kanada	Australien China Indien Südafrika
VERTRIEBSSTÄTTEN		Belgien Dänemark Finnland Irland Norwegen Österreich Portugal Schweden Schweiz Spanien	Bulgarien Griechenland Litauen Kroatien Slowenien Ukraine	USA	

Die Gruppe

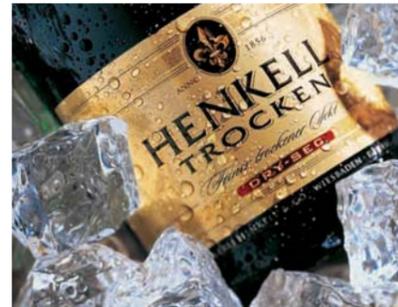
NAHRUNGSMITTEL



BIER UND ALKOHOLFREIE GETRÄNKE



SEKT, WEIN UND SPIRITUOSEN



SCHIFFFAHRT



BANK



WEITERE INTERESSEN



Die unter der Dr. Oetker GmbH geführten Unternehmen sind im Geschäftsbereich Nahrungsmittel der Oetker-Gruppe eingeordnet. Überdies gehören diesem Bereich mehrere im Großverbrauchergeschäft tätige Unternehmen an, deren Kunden vor allem Bäckereien und Konditoreien, Gastronomie und Kantinen sind.

Erfrischungsgetränk Bionade. Internationale Biere wie Corona Extra, Estrella Damm oder Guinness werden in Deutschland exklusiv von der Radeberger Gruppe vertrieben.

Im Geschäftsbereich Sekt, Wein und Spirituosen ist Henkell & Co. Sektkellerei KG das Leitunternehmen. Das Portfolio beinhaltet sowohl Sektspezialitäten wie Fürst von Metternich und Henkell Trocken als auch Spirituosen wie Wodka Gorbatschow, mit dem das Unternehmen Marktführer in Deutschland ist. Die Johannisberger Weinvertriebsgesellschaft gehört ebenfalls zu diesem Geschäftsbereich.

Die umsatzstärkste Sparte der Oetker-Gruppe bildet der Geschäftsbereich Schifffahrt, der von der traditionsreichen Reedereigruppe Hamburg Süd gelenkt wird. Zu dieser Gruppe gehören ebenfalls die brasilianische Reederei Aliança sowie die unter Rudolf A. Oetker und Furness Withy Chartering operierenden Trampaktivitäten. Mit rund 160 Schiffen hat die Reedereigruppe einen Spitzenplatz unter den privaten Reedereien in Deutschland.

Im Geschäftsbereich Bank agieren das Bankhaus Lampe und dessen Tochter-

gesellschaften. Es zählt zu den führenden und wenigen unabhängigen Privatbanken in Deutschland und verfügt über einen industriell geprägten Gesellschafterhintergrund.

tes, dass die Strategien nicht von den Bedürfnissen der Kapitalmärkte getrieben werden, sondern vor allem am Prinzip der Nachhaltigkeit ausgerichtet sind.

Darüber hinaus gewährleistet eine hohe Thesaurierung durch die Gesellschafter die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Ein Börsengang wird nicht in Erwägung gezogen.

In allen Unternehmen der Gruppe stellen langfristig aufgelegte Personalentwicklungsstrategien sicher, dass das Know-how im Management auch in Zukunft bestehen bleibt und kontinuierlich erweitert wird. Zugleich zeigen die in der Gruppe tätigen Führungskräfte, dass in dem Familienunternehmen ein Klima des Vertrauens und ein hohes Maß an Gestaltungsfreiheit gegeben ist.

Der Geschäftsbereich Weitere Interessen fasst Unternehmen der Oetker-Gruppe zusammen, die in unterschiedlichen Branchen tätig sind. Hierzu gehören unter anderem die Chemische Fabrik Budenheim, die Oetker Collection mit ihren luxuriösen Hotels sowie der Dr. Oetker Verlag.

Zukunftssicherung

Die Betätigung in verschiedenen Branchen dient insbesondere dem Ausgleich von unternehmerischen Risiken und somit auch dem langfristigen Bestand des Unternehmens. Die Oetker-Gruppe wird zentral koordiniert, gleichzeitig sind die einzelnen Unternehmen dezentral geführt und arbeiten mit hoher Selbstständigkeit im Markt.

Die Holding der Oetker-Gruppe und die relevanten Gruppenunternehmen firmieren in der Rechtsform der Personengesellschaft und befinden sich vollständig im Familienbesitz. Das bedeu-

 www.oetker-gruppe.de

 www.radeberger-gruppe.de

 www.henkell-sektkellerei.de

 www.hamburgsud.com

 www.bankhaus-lampe.de

 www.budenheim.com
www.oetkercollection.com
www.oetker-verlag.de

DR. AUGUST OETKER KG





Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltige Unternehmensführung ist die Basis aller Entscheidungsprozesse bei Dr. Oetker. Übergeordnetes Ziel ist es, die Werte des Familienunternehmens zu bewahren, zu erweitern und den Fortbestand des Unternehmens zu sichern.

Nachhaltige Entwicklung basiert bei Dr. Oetker auf den vier Bausteinen *Ökonomie, Ökologie, soziale und gesellschaftliche Verantwortung*. Dabei bildet die ökonomische Dimension das Fundament. Durch sie werden die Mittel geschaffen, mit denen die anderen Bereiche finanziert werden. All diese Bausteine bedingen sich gegenseitig. Daher hat das Unternehmen die Grundeinstellung, wirtschaftlichen Erfolg mit der Verantwortung gegenüber Umwelt, Mitarbeitern und Gesellschaft in Einklang zu bringen, fest in seine Unternehmensidentität verankert und somit in seinem Denken und Handeln. Im Mittelpunkt dieser nachhaltigen Unternehmensführung steht der Mensch.

Das unternehmerische Handeln ist stets von den Werten eines international tätigen und zugleich traditionsreichen Familienunternehmens geleitet. Insbesondere Beständigkeit, Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Weitblick und Unabhängigkeit besitzen für Dr. Oetker einen hohen Stellenwert und werden von der Inhaberfamilie vorgelebt. Unternehmensstrategien und -entscheidungen sind nachhaltig angelegt: Sie zielen niemals nur auf kurzfristige Erfolge, sondern immer auf den dauerhaften Bestand des Unternehmens. Grundlage dessen ist die Maxime der Inhaber, dass die Unternehmensinteressen Vorrang vor denen der Familie haben.

←
Porträt
S. 7

IM MITTELPUNKT STEHT DER MENSCH



Dr. Oetker handelt nach dem Prinzip des ehrbaren Kaufmanns und versteht die Einhaltung von gesetzlichen Bestimmungen und ethischen Grundsätzen als Selbstverständlichkeit. Führungspositionen werden mit Menschen besetzt, die die Werte des Unternehmens mittragen. Ferner zeichnet sich die umsichtige Unternehmenspolitik durch eine Verbindung von Tradition und Fortschritt aus. Qualitätsversprechen und Risikoaussgleich korrespondieren mit der Schaffung von Innovationen und der Erschließung neuer Märkte.

Die mehr als 120 Jahre währende Geschichte des Familienunternehmens verdeutlicht den Erfolg dieser nachhaltigen Ausrichtung. Auch im Rahmen des zunehmenden internationalen Wachstums wird diese langfristige Orientierung berücksichtigt. Bei Aktivitäten in entstehenden Märkten wird vorausschauend gedacht, und die zur Markterschließung erforderlichen Strukturen werden sukzessive aufgebaut.

Das Unternehmen Dr. Oetker ist in rund 40 Ländern aktiv und dezentral aufgestellt. Die Geschäftsführung trägt die Gesamtverantwortung für die strategische und nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens und steuert diese weltweit. Die Führungskräfte in den jeweiligen Fachbereichen und Landesgesellschaften koordinieren die Umsetzung der Nachhaltigkeitsaktivitäten vor Ort. Dabei handelt jede Landesgesellschaft eigenverantwortlich und vor dem Hintergrund ihres wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Umfeldes.

Zur Unterstützung aller Mitarbeiter bei der Wahrnehmung und Ausübung dieser Verantwortung hat Dr. Oetker entsprechende Managementsysteme und Standards aufgebaut. Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie arbeitet das Unternehmen kontinuierlich daran, diese hohen Standards sukzessive an allen Standorten umzusetzen.

Zudem blickt Dr. Oetker über die eigenen Werkstore hinaus und arbeitet eng

 www.oetker.de mit anderen Unternehmen, Verbänden, wissenschaftlichen Instituten und Bildungseinrichtungen zusammen. Ziel ist es, den Herausforderungen eines sich wandelnden Umfeldes zu begegnen und Strategien für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung und eine damit verbundene Sicherung von Arbeitsplätzen zu gestalten. Außerdem arbeitet das Unternehmen mit anderen Institutionen zusammen, um seine Nachhaltigkeitsstruktur zu analysieren und weiterzuentwickeln.

 www.oetker.de Darüber hinaus beschäftigt sich das Familienunternehmen bereits seit seiner Gründung mit den drängenden gesellschaftspolitischen Themen der jeweiligen Zeit und hat stets einen Beitrag zur sozialen, kulturellen und bildungspolitischen Entwicklung geleistet.

Nachhaltigkeit ist bei Dr. Oetker eine Überzeugung, die kontinuierlich gelebt wird. Alle Mitarbeiter des Unternehmens übernehmen dafür täglich Verantwortung in ihrem Einflussbereich.

Ausblick und Ziele

- Jährliche Steigerung des Unternehmenswertes und damit langfristige Sicherung des Unternehmensbestandes.
- Weitere strategische Integration des Themas Nachhaltigkeit im Unternehmen.
- Kontinuierlicher Ausbau des Energiemanagements und -monitorings mit dem Ziel, den Energieverbrauch und Emissionsausstoß weiter zu reduzieren.
- Entwicklung von Organisation, Führungskompetenz und Mitarbeiterqualifikation, um den sich ständig verändernden Unternehmensanforderungen erfolgreich zu begegnen.
- Leistung eines aktiven Beitrags zur Förderung eines positiven familiären Umfeldes sowie für die Bildung von Menschen aller Altersstufen.

 Managementsysteme S. 21



Richard Oetker, Vorsitzender der Geschäftsführung, betreibt eine umsichtige Unternehmenspolitik und engagiert sich für gesellschaftliche Belange.



Geschäftsführer **Ralf Blomeier** versteht Mitarbeiter als wichtigste Grundlage für den Unternehmenserfolg und achtet in der Logistik auf den optimalen Einsatz von Transporten.



Geschäftsführer **Otto Clüsener** ist für das Umwelt- und Qualitätsmanagement zuständig und überprüft die Produktionsprozesse auf Umwelt- und Sozialverträglichkeit.



Geschäftsführer **Rainer Lührs** betreibt Nachhaltigkeit mit Blick auf die Verbraucherbedürfnisse und ist für die Ressorts Forschung und Entwicklung sowie Marketing verantwortlich.



Geschäftsführer **Dr. Martin Reintjes** ist für den Verkauf zuständig und verantwortet die Weiterentwicklung nachhaltiger Sortiments- und Prozesslösungen gegenüber den Handelspartnern.



Geschäftsführer **Andreas Unruhe** ist unter anderem für den Einkauf zuständig und achtet auf die verantwortungsvolle Beschaffung von Rohwaren und Materialien.

Interview mit Rainer Lührs

Geschäftsführer Marketing, Forschung und Entwicklung



Ist Nachhaltigkeit ein Modethema?

Rainer Lührs: *Nein, das glaube ich nicht. Unsere Gesellschaft muss sich mit der Klimaerwärmung unserer Erde befassen, mit dem Bevölkerungswachstum und der eingegrenzten Möglichkeit, schon heute alle Menschen satt machen zu können. Nachhaltigkeit ist das Thema der Zukunft, mit dem wir uns künftig noch intensiver beschäftigen müssen. Aber wir müssen auch nach den Dringlichkeiten unterscheiden, denn als Unternehmen der Lebensmittelbranche haben wir den Auftrag, Menschen zu ernähren, und da gibt es gewisse Grenzen. Unternehmen können nicht alles auf einmal umsetzen, das wäre sehr idealistisch gedacht.*

Welche Themen hat Dr. Oetker identifiziert und wie werden diese angegangen?

Rainer Lührs: *Dr. Oetker ist schon immer ein nachhaltiges Unternehmen gewesen. Wir haben in den vergangenen hundert Jahren viele Maßnahmen umgesetzt, immer im Kontext des jeweiligen Zeitgeschehens. So haben wir früh für ordentliche Produktionsmethoden gesorgt, nachhaltige Arbeitsmodelle für unsere Mitarbeiter geschaffen sowie die Altersvorsorge unserer Mitarbeiter verbessert. Heute müssen wir uns noch stärker auf die Produkte konzentrieren. Vorrangig sollten wir uns dabei zunächst auf diejenigen fokussieren, bei denen wir aufgrund unserer Einkaufsmengen die Möglichkeit haben, Veränderungen herbeizuführen, wie beispielsweise bei Käse oder Mehl. Hier kaufen wir verhältnismäßig größere Mengen ein. Wir beziehen auch Kakao.*

Aber mit unserer sehr geringen Einkaufsmenge, gemessen an der gesamten weltweiten Kakaobohnenproduktion, ist unsere Nachfrage hier nicht ausreichend groß genug, um den Markt mitzugestalten. Anders als bei Käse oder Mehl haben wir hier weniger Möglichkeiten, auf die vorgelegte Lieferkette Einfluss zu nehmen.

Welche Rolle spielt der Verbraucher im Rahmen der Produktverantwortung von Dr. Oetker?

Rainer Lührs: *Als verantwortungsvolles Unternehmen müssen wir uns beispielsweise damit auseinandersetzen, wie Verbraucher unsere Produkte noch energiefreundlicher zubereiten können. So wäre zu prüfen, ob der Backofen vorgeheizt werden muss oder ob es andere Möglichkeiten für eine gelingsichere Zubereitung unserer Produkte gibt. Auch sollten wir uns mit der Frage auseinandersetzen, ob wir noch eine Falt-schachtel für unsere Produkte benötigen oder ob dem Verbraucher eine stärkere Folie besser zusagen würde, weil er die Überverpackungen gar nicht mehr haben möchte. Im Hinblick auf die Zutaten stellt sich die Frage, ob ein Verbraucher für das gleiche Produkt mehr bezahlen würde, wenn Rohwaren eingesetzt würden, die noch stärker als bisher nachhaltige Belange berücksichtigen. Verschiedene Studien haben uns gezeigt, dass Verbraucher dies gern möchten, aber die Verkaufszahlen sprechen derzeit noch eine andere Sprache.*

Viele Produktverpackungen enthalten Siegel, die für bestimmte Aussagen stehen. Warum setzt Dr. Oetker keine Siegel ein?

Rainer Lührs: *Inzwischen gibt es eine Flut an Siegeln. Wir von Dr. Oetker sind der Meinung, dass nur wenige dem Ver-*

braucher wirklich eine Orientierung bieten. Unserer Auffassung nach ist das beste Siegel, das wir haben, die Marke Dr. Oetker selbst. Unsere Marke signalisiert, dass der Verbraucher ein ordentliches Produkt kauft. Ein möglicher Einsatz von Siegeln auf unseren Produktverpackungen würde, wenn überhaupt, dosiert erfolgen und dann nur, wenn es wirklich sinnvoll und für den Verbraucher verständlich ist.

Gibt es einen Zielkonflikt zwischen Qualität und Nachhaltigkeit?

Rainer Lührs: *Nein, meiner Ansicht nach schließen sich Qualität und Nachhaltigkeit nicht aus. Die Marke Dr. Oetker steht seit jeher für überragende Qualität und für Produkte, die hervorragend schmecken und garantiert gelingen. In der heutigen Zeit – aber auch in Zukunft – sollte der Qualitätsbegriff allerdings um Nachhaltigkeitsaspekte erweitert werden. Diese müssen wir künftig noch stärker berücksichtigen, um das bestmögliche Produkt zu entwickeln. Wir betrachten das als unsere Verantwortung gegenüber der Marke Dr. Oetker, die immer etwas Besonderes gewesen ist, und die auch weiterhin etwas ganz Besonderes sein soll.*

„Qualität und Nachhaltigkeit schließen sich nicht aus.“



Managementsysteme

Als global agierendes Unternehmen sieht sich Dr. Oetker einer zunehmend komplexer werdenden Unternehmensstruktur gegenüber. Neben einer Organisation mit eindeutigen Verantwortlichkeiten hat das Familienunternehmen zur Ausrichtung seiner nachhaltigen Unternehmensführung verschiedene Managementsysteme verankert, die auf international anerkannten Standards basieren. Verbindliche Verhaltensstandards unterstützen Mitarbeiter bei der Wahrnehmung ihrer Tätigkeit, und mittels regelmäßiger Audits werden die Leistungen des Unternehmens bei Qualität, Umwelt und Arbeitssicherheit überprüft.

Qualitätsmanagement

Eine Grundvoraussetzung für den Erfolg der Marke Dr. Oetker sind die hohen Qualitäts- und Sicherheitsstandards der Produkte. Überlegungen hierzu beginnen bereits bei der Entwicklung und reichen bis hin zur Zubereitung durch den Verbraucher. Um Qualität und Sicherheit der Produkte stets zu gewährleisten und auf hohem Niveau kontinuierlich zu verbessern, orientiert sich das Unternehmen an einer strengen Qualitätspolitik. Dazu hat Dr. Oetker ein umfangreiches Qualitätssystem mit expliziten und weltweit gültigen Anforderungen aufgebaut. Ein Teil dieses Qualitätssystems ist das Qualitätsmanagement nach dem internationalen Standard ISO 9001, das regelmäßig re-zertifiziert wird.

Im Jahr 2012 wurde dieses bestehende Qualitätsmanagementsystem zusätzlich um ein Lebensmittelsicherheitssystem erweitert, das auf dem international anerkannten Standard ISO 22000 basiert. Eingebunden wurden zunächst ein deutscher, ein polnischer und der italienische Standort. Eine vollständige Integration aller deutschen und internationalen Standorte ist bis zum Jahr 2015 geplant.

Umwelt- und Energiemanagement

Mit der Einführung eines Umweltmanagementsystems nach dem weltweit gültigen Standard ISO 14001 verankerte Dr. Oetker zu Beginn der 1990er Jahre den Umweltschutz in die unternehmerischen Tätigkeiten und Entscheidungen, deren Rahmen unter anderem die Dr. Oetker Umwelleitlinien bilden. Zudem ist der Leiter der Umweltabteilung in alle umweltrelevanten Entscheidungen eingebunden und trägt so zur Fortentwicklung des Umweltschutzes bei. Mitte der 1990er Jahre erfolgte die Integration des Umwelt- und Qualitätsmanagements.

Um den Auswirkungen des globalen Klimawandels zu begegnen, arbeitet Dr. Oetker kontinuierlich daran, seinen Energieverbrauch und somit seinen CO₂-Ausstoß zu mindern. Dazu hat das Unternehmen bereits vor Jahren entsprechende Energiemonitoringsysteme in den Werken eingerichtet. Mit der Implementierung des Energiemanagementsystems nach ISO 50001 im Jahr 2011 wurde ein weiterer systemischer und kontinuierlicher Ansatz zur Energie-reduktion geschaffen. Alle nationalen Standorte sind 2012 erfolgreich nach ISO 50001 zertifiziert worden, um den gestiegenen Anforderungen zur Energieeffizienz Rechnung zu tragen.



Qualitätsbroschüre
www.oetker.de



Qualitätssicherung
S. 28



Umwelleitlinien
www.oetker.de



Produktion
S. 42



Regelmäßig werden die Dr. Oetker Werke durch externe Prüfer zertifiziert.



Sicherheit wird in allen Dr. Oetker Werken groß geschrieben. In Zusammenarbeit mit der örtlichen Feuerwehr werden die Mitarbeiter immer wieder für Brandschutz sensibilisiert, so wie hier in der Produktionsstätte in Brasilien.

Arbeitssicherheitsmanagement

Im Unternehmen Dr. Oetker steht die Sicherheit der Mitarbeiter an erster Stelle. Der Arbeits- und Gesundheitsschutz ist in Anlehnung an OHSAS 18001 organisiert. Im Rahmen des Arbeitsschutzmanagements prüfen zahlreiche speziell geschulte Sicherheitsbeauftragte in verschiedenen Bereichen die Durchführung des Arbeitsschutzes und der Unfallverhütung. Sie teilen festgestellte Mängel mit, schlagen Maßnahmen zur Beseitigung vor und tragen Sorge für deren Umsetzung. Maschinen und Anlagen werden hinsichtlich eventueller Gefährdungen regelmäßig überprüft, ebenso wird im Sinne der Betriebssicherheitsverordnung auf die Sicherheit und die dem Gesundheitsschutz entsprechende Ausgestaltung von Arbeitsmitteln geachtet. Jährliche Arbeitsschutzberichte führen Unfallstatistiken sowie die durchgeführten Arbeitsschutz- und die entsprechenden Schulungsmaßnahmen auf.

Neben präventiven Gesundheits- und Arbeitssicherungstrainings werden regelmäßig Brandschutzübungen und Erste-Hilfe-Kurse durchgeführt. Darüber hinaus werden die Mitarbeiter in umfassenden Schulungen für Notfallsituationen sensibilisiert.

Integrierte Managementsysteme

Zur optimalen Nutzung von Synergieeffekten hat Dr. Oetker bereits Mitte der 1990er Jahre damit begonnen, ein einheitliches und integriertes Umwelt- und Qualitätsmanagement aufzubauen.

Das integrierte Managementsystem beinhaltet die organisatorischen Regelungen, Abläufe, Kompetenzen sowie Verfahrens- und Arbeitsanweisungen, die der Kontrolle und der weiteren Verbesserung des Umwelt- und Qualitätsmanagementsystems im Unternehmen dienen. Entsprechende Prozesse und Strukturen werden in einem international geltenden Managementhandbuch abgebildet.

← Umweltmanagement
S. 21

← Qualitätsmanagement
S. 21

Die Beauftragten für das Umwelt- und Qualitätsmanagement berichten direkt an die Geschäftsführung. Sie begleiten die Umsetzung sämtlicher Maßnahmen, die sich aus der Umwelt- und Energiepolitik sowie der Qualitätspolitik ergeben und stehen den Werksleitern beratend zur Seite. Die Durchführung der internen Audits sowie die Vorbereitung aller Standorte auf die externen Zertifizierungen gehören ebenso zu ihren Aufgabengebieten wie die Einleitung entsprechender Korrekturmaßnahmen bei Planabweichungen.

Im Rahmen regelmäßiger Managementreviews bewertet die Geschäftsführung die Wirksamkeit des Systems. Ferner werden Maßnahmen zur kontinuierlichen Verbesserung definiert und die Erreichung der Umwelt- und Qualitätsziele überprüft. Als Informationen dienen dabei unter anderem die Umwelt- und Qualitäts-Audits.

Zusätzlich sind an jedem Standort Beauftragte für das Umwelt- und Qualitätsmanagement tätig. Alle Beauftragten werden regelmäßig geschult und sind für die Umsetzung der Umwelt- und Energiepolitik sowie der Qualitätspolitik unmittelbare Ansprechpartner für ihre Kollegen.

Compliance Management

Das Thema Compliance hat aufgrund des starken internationalen Wachstums des Unternehmens an Bedeutung gewonnen. Durch die globale Geschäftstätigkeit sind Mitarbeiter mit unterschiedlichen Rechts- und Wertesystemen konfrontiert. Hinzu kommt, dass die gesetzlichen Anforderungen weltweit stetig zunehmen. Daher wurde für die gesamte Oetker-Gruppe ein Compliance Managementsystem entwickelt.

Ein wesentlicher Bestandteil dieses Systems ist der Oetker Kodex für das Verhalten im Geschäftsleben. Der Verhaltenskodex gilt für alle Mitarbeiter in allen Geschäftsfeldern und Ländern, in denen das Unternehmen tätig ist. Neben der Kernaussage, dass Verstöße gegen geltendes Recht nicht geduldet werden, fasst der Verhaltenskodex die wichtigsten Verhaltensregeln für die Mitarbeiter zusammen, beispielsweise:

- Keine wettbewerbswidrigen Absprachen
- Keine unzulässige Gewährung oder Annahme von Vorteilen
- Trennung von geschäftlichen und privaten Interessen
- Ablehnung jeglicher Form von Diskriminierung
- Sorgfältiger und korrekter Umgang mit Unternehmensinformationen

Außerdem wurde eine Compliance Organisation eingerichtet, deren Compliance Beauftragte allen Mitarbeitern als neutrale und unabhängige Ansprechpartner für Fragen zum Thema Compliance zur Verfügung stehen. Um unklare Situationen im Arbeitsalltag von vornherein zu vermeiden, werden Führungskräfte und Mitarbeiter in regelmäßig stattfindenden Schulungen sensibilisiert und dabei unterstützt, die gesetzlichen Regelungen zu verstehen und einzuhalten.

Ausblick und Ziele

Bis zum Jahr 2015 ist die vollständige Integration aller Standorte in das Lebensmittelsicherheitssystem nach dem internationalen Standard ISO 22000 geplant.



Produktverantwortung

Dr. Oetker stellt ausschließlich Produkte her, die von höchster Qualität sind, garantiert gelingen und hervorragend schmecken. Dazu orientiert sich das Unternehmen an den Bedürfnissen der Verbraucher, die sich aus dem gesellschaftlichen Wandel ergeben. Aber auch die Herstellung der Produkte unter sozialverträglichen und umweltschonenden Bedingungen ist ein wesentlicher Teil des Qualitätsversprechens von Dr. Oetker. Produktverantwortung beginnt daher schon mit der Entwicklung der Produkte und Verpackungen und zieht sich durch die gesamte Wertschöpfungskette. Die Vermeidung von unnötiger Lebensmittelvernichtung ist dem Unternehmen ebenfalls ein wichtiges Anliegen.

Kochkultur im Wandel

In den vergangenen Jahrzehnten haben sich die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen stark verändert und sind mit für eine Anpassung des Ernährungsverhaltens verantwortlich. In einer stark arbeitsteiligen Gesellschaft mit gewachsenem Qualifikations- und Effizienzdruck ist immer weniger Raum für breit angelegtes praktisches Ernährungswissen und immer weniger Zeit für aufwändige Zubereitungen der täglichen Mahlzeiten. Auch hat nicht jeder alle zum Kochen notwendigen Zutaten zur Hand.

Diese Veränderungen spiegeln sich auch in der Kochkultur wider. Der Anteil industriell vorgefertigter und fertiger Produkte, Convenience Food, an der Ernährung der Bevölkerung ist in den vergangenen Jahren gestiegen. Das Unternehmen Dr. Oetker ist ebenfalls Anbieter convenienter Produkte und folgt damit den sich verändernden Bedürfnissen und Wünschen der Verbraucher.

Conveniente Produkte von Dr. Oetker sind zeitsparend, erfordern keine besonderen Vorkenntnisse, gelingen garantiert und bieten immer die gleiche Qualität. Zudem tragen sie einer stei-

genden Zahl von Single-Haushalten Rechnung, die entsprechende Portionsgrößen benötigt. Dabei verfolgt das Unternehmen nicht das Ziel, „traditionelle Ernährungsweisen“ zu verdrängen. Im Gegenteil: Dr. Oetker vermittelt Ernährungswissen, gibt Tipps für eine ausgewogene und bewusste Ernährung und unterstützt Verbraucher durch Anleitungen und Seminare bei der selbstständigen Speisenzubereitung.

Qualitätsversprechen

Die industrielle Herstellung convenienter Produkte bedeutet nicht, auf Qualität verzichten zu müssen. Mit dem Slogan „Qualität ist das beste Rezept“ verleiht Dr. Oetker der qualitativen Hochwertigkeit seiner Produkte Ausdruck, unabhängig von dem Land, in dem und für das sie produziert werden. Wer zu einem Dr. Oetker Produkt greift, erwartet ein ausgezeichnetes Produkt und das besondere Geschmackserlebnis. Sowohl Rezepturen als auch Rezeptvorschläge dokumentieren die Kompetenz der Marke Dr. Oetker. Die Zubereitung von Dr. Oetker Produkten und Rezepten ist einfach und gelingt auch weniger ambitionierten Verbrauchern zuverlässig und sicher.

←
Verbraucher
S. 57

←
Porträt
S. 7

→
Qualitätssicherung
S. 28

Dr. Oetker Markenqualität bedeutet außer unvergleichlichem Genuss auch Produktsicherheit durch eine sorgfältige Rohstoffauswahl sowie durch die Erfüllung strenger Qualitätsmaßstäbe im gesamten Produktionsprozess. Nicht zuletzt ist unter der besonderen Qualität dieser Marke auch der Anspruch zu verstehen, den Wünschen der Verbraucher bestmöglich zu entsprechen. Diese werden mit intensiver Marktforschung ermittelt. Zudem verkosten und beurteilen mehr als 4.000 Tester die verschiedenen Erzeugnisse und nehmen ganz erheblichen Einfluss auf die Dr. Oetker Produkte. Dabei werden regionale Vorlieben berücksichtigt.

Vermeidung von Lebensmittelvernichtung

Qualität bedeutet für Dr. Oetker auch einen ethischen Umgang mit Lebensmitteln. Als verantwortungsbewusstes Markenartikelunternehmen der Nahrungsmittelbranche teilt Dr. Oetker die öffentliche Kritik am verschwenderischen

Umgang mit Lebensmitteln. Dass insbesondere in den westlichen Industrieländern Lebensmittel weggeworfen werden – teilweise sogar originalverpackt – veranlasst Dr. Oetker bereits seit Jahren zu einem sensiblen Umgang mit diesem Thema.

Um Abfälle zu vermeiden, ist Dr. Oetker bestrebt, alle Rohstoffe möglichst restlos zu verwerten. Dafür ist eine enge Zusammenarbeit der Bereiche Einkauf, Produktions- und Absatzplanung erforderlich. Beim Transport achtet das Unternehmen darauf, dass die produzierten Waren einwandfrei beim Handel abgeliefert werden. Entspricht die Ware wider Erwarten einmal nicht den hohen Qualitätsansprüchen, wird geprüft, inwiefern die Ware alternativ eingesetzt werden kann.

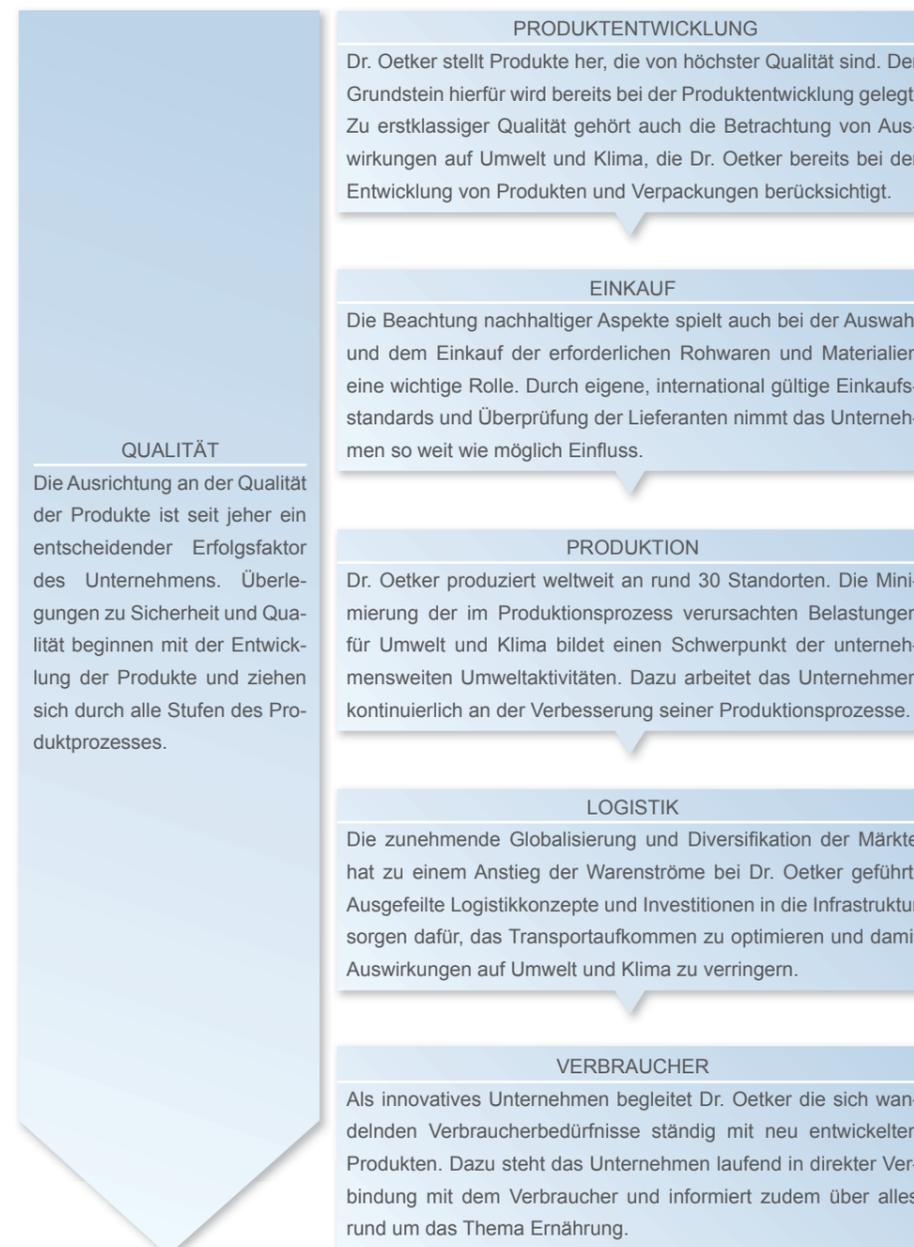
Durch gute Organisation und Logistik im gesamten Produktionsprozess lassen sich Abfälle sowie Fehl- und Überproduktion weitestgehend vermeiden und somit die Vernichtung von Lebensmitteln so weit wie möglich reduzieren.



Mit seinem Produktangebot folgt Dr. Oetker den sich verändernden Verbraucherwünschen.

PRODUKTVERANTWORTUNG

Qualität und Nachhaltigkeitsaspekte beginnen bei Dr. Oetker mit der Entwicklung von Produkten und Verpackungen und ziehen sich durch den gesamten Produktherstellungsprozess.



Qualitätssicherung

Qualitätssicherung spielt bei Dr. Oetker eine übergeordnete Rolle und erfolgt auf allen Stufen des Produktlebenszyklus. Überlegungen zu Sicherheit und Qualität der Produkte beginnen bereits mit der Entwicklung eines neuen Produktes. Schon zu diesem Zeitpunkt werden das hygienische Design der Produktionsanlagen betrachtet, die Verpackungen hinsichtlich Produktschutzes konzipiert und die Auswahl und Kontrolle der Rohwaren berücksichtigt.

Qualitätssicherung erfolgt bei Dr. Oetker nach dem HACCP-Konzept (Hazard Analysis of Critical Control Points) gemäß Lebensmittelhygieneverordnung, das den gesamten Fertigungsprozess hinsichtlich eventueller gesundheitlicher Gefährdungen analysiert. An genau bestimmten Prozessschritten gewährleisten entsprechende Lenkungsmaßnahmen Produktsicherheit und -qualität. Dabei ist jedes Detail der präventiv ausgerichteten Maßnahmen zur Qualitätssicherung präzise festgelegt. Die von der Qualitätssicherung festgelegten Standards werden an allen Dr. Oetker Standorten umgesetzt. Regelmäßig wird das Qualitätsmanagementsystem von externen Auditoren geprüft und

nach international gültigen Standards re-zertifiziert.

Die Basis zur Sicherstellung der Rohwarenqualität ist ein umfassendes Lieferanten- und Spezifikationsmanagement. In den Spezifikationen werden die gewünschten Qualitätseigenschaften detailliert beschrieben. Sie sind Bestandteil der Kontrakte und Grundlage für die beim Wareneingang durchzuführenden Qualitätsprüfungen. Lieferanten werden ständig auf ihre „Qualitätsfähigkeit“ überprüft. Dies geschieht vor allem durch regelmäßige externe Audits, deren Ergebnisse in die Lieferantenbewertungen einfließen.

Qualitätsbroschüre
www.oetker.de

Managementsysteme
S. 21



Mit Hilfe der Gaschromatographie lassen sich bei den angelieferten Rohwaren noch kleinste Spuren von Pflanzenschutzmitteln nachweisen.



An den Dr. Oetker Produktionsstandorten werden jeder einzelnen Lkw-Lieferung nach genau festgelegten Methoden Proben entnommen.

achtet, dass Transportgebinde und Verpackungen bei Transport und Lagerung ausreichenden Schutz bieten und keine Wechselwirkungen zwischen Verpackung und Produkt stattfinden.

Während des Transports muss sichergestellt sein, dass die Ware keinen Schaden nimmt und ihre Herkunft stets eindeutig identifizierbar bleibt. Speziell bei Frische- und Tiefkühlprodukten muss auf eine ununterbrochene Kühlkette geachtet werden. Daher sind auch in der Logistik die Qualitätssicherungsmaßnahmen für alle Produkte nach dem HACCP-Konzept ausgerichtet.

Mit Hilfe eines Prozessdateninformationssystems lassen sich die einzelnen Produktionsabläufe und Messdaten exakt überprüfen. Auf diese Weise lassen sich alle Produktionsschritte zurückverfolgen, sodass mögliche Fehlerquellen ermittelt werden können.

Das letzte Wort aber haben die Verbraucher, denn ihren Bedürfnissen sollen die Produkte entsprechen. Mehr als 4.000 Konsumenten beurteilen daher regelmäßig den Geschmack der Produkte und testen ihre einfache und sichere Zubereitung. Die Wünsche und Anregungen der Tester fließen wiederum in die Optimierung von Produkten und in die Entwicklung neuer Produkte ein.

Ausblick und Ziele

Der Bereich Forschung und Entwicklung des Unternehmens arbeitet fortlaufend an der Erprobung neuer und der Optimierung verwendeter Methoden, um die ständig steigenden Anforderungen an die Qualitätssicherung zu erfüllen.

Erste intensive Kontrollen finden beim Wareneingang der zu verwendenden Rohwaren statt. Jeder einzelnen Lkw-Lieferung werden nach genau festgelegten Methoden Proben entnommen. Mittels aufwändiger Analysetechnik und -methoden werden diese sowohl auf schädliche Mikroorganismen als auch auf Rückstände wie Pflanzenschutzmittel geprüft. Nur wenn alle Untersuchungen erfolgreich abgeschlossen werden, wird die Rohware zur weiteren Verarbeitung freigegeben.

In der Produktion kümmert sich die Qualitätssicherung um die strikte Einhaltung aller festgelegten Qualitäts- und Hygienestandards. Neben der richtigen Dosierung und Überwachung der Prozesse richten sich die Kontrollen auf bakteriologische Sicherheit und eventuelle Kontaminationen, beispielsweise durch Fremdkörper. Die produktionsbegleitende Qualitätssicherung gewährleistet, dass nur sichere und qualitativ hochwertige Produkte die Werke verlassen.

Weitere wichtige Voraussetzungen zur Erhaltung von Sicherheit und Qualität bei Lebensmitteln sind die Verpackung sowie der schnelle, kontrollierte und richtige Transport. Auch hier gilt es, die hohen Hygieneanforderungen zu erfüllen. Aus diesem Grund wird darauf ge-

Produktentwicklung

Die Entwicklung eines Produktes einschließlich seiner Herstellungsverfahren erfolgt in enger Zusammenarbeit vieler Spezialisten aus unterschiedlichen Bereichen des Unternehmens. Im Vordergrund stehen dabei für alle Beteiligten das Qualitätsversprechen und die Beachtung der Verbraucherwünsche. Ferner werden die Anforderungen an Rezeptur und Rohstoffe festgelegt sowie die Entwicklung und Erprobung der Produktionstechnologie geplant, auch um Belastungen für Umwelt und Klima zu reduzieren.

Einbindung der Verbraucher

Backpulver war bereits vor der Gründung des Unternehmens Dr. Oetker erfunden. Doch die Idee, das Backpulver Backin zu entwickeln, das haltbar, frei von jeglichem Beigeschmack und genau für die Menge von 500 Gramm Mehl portioniert ist, entstand, weil Firmengründer Dr. August Oetker die Bedürfnisse seiner Kunden erkannte. Durch die Nähe zu seinen Mitmenschen erfuhr er von ihren Herausforderungen in den häuslichen Küchen und entwickelte Lösungen für eine gelingsichere Zubereitung von Back- und Dessertwaren.

Heute, genau wie zur Zeit der Unternehmensgründung, bilden die Wünsche der Verbraucher die Basis für die Entwicklung der Dr. Oetker Produkte. Um deren vielfältige Bedürfnisse frühzeitig zu erkennen, werden ihre Anforderungen in den Produktentstehungsprozess systematisch eingebunden. Zur gezielten Erfüllung der Kundenwünsche beobachtet das Unternehmen weltweite Verbrauchertrends und führt im Rahmen seiner systematischen Marktforschung Verbraucherumfragen durch. Darüber hinaus wird auch mittels Sensorik-Tests beurteilt, welche Chance ein neues Produkt im Markt hat. Die in dieser Zusammenarbeit mit den Verbrauchern gewonnenen Erkenntnisse helfen den Produktentwicklern bei der Auswahl der optimalen Rohstoffe und Rezepturen. Im Kontakt mit den Verbrauchern wird überprüft, inwiefern die Produkte und Zubereitungsanleitungen deren Ansprüchen genügen.

Zusammenarbeit mit Wirtschaft, Wissenschaft und Behörden

Das Unternehmen Dr. Oetker arbeitet mit einer Vielzahl von externen Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft zusammen, um Ideen zu generieren und Innovationen zu realisieren. Gemeinsam mit Universitäten und Forschungslabors werden Projekte zur Grundlagen-

 Qualitätsbroschüre
www.oetker.de

 Verbraucher
S. 56



Backin ist das erste Produkt des Unternehmens, mit dem zugleich der Grundstein für die Firmengründung gelegt wurde.



Die beim Sensorik-Test gewonnenen Erkenntnisse helfen Dr. Oetker bei der Auswahl der Rohstoffe und Rezepturen.

forschung durchgeführt. Ferner hält das Unternehmen Mitgliedschaften in Verbänden, die darauf abzielen, Informationen hinsichtlich lebensmittelrechtlicher Entwicklungen auszutauschen sowie technologisches und wissenschaftliches Know-how zu nutzen. Zugunsten des Verbrauchers trägt das Unternehmen zur Weiterentwicklung lebensmittelrechtlicher Standards bei.

Rohstoffe

Im Rahmen der Produktentwicklung werden in ausführlichen Spezifikationen und Prüfungsplänen Qualitätsparameter und Eigenschaften der Rohwaren festgelegt, die von ausgesuchten Lieferanten einzuhalten sind. Ob ein Lieferant dauerhaft für Dr. Oetker in Frage kommt, entscheidet sich erst nach mehreren Rohwarenlieferungen, die stets in der Produktentwicklung erarbei-

teten Spezifikationen entsprechen und den Prüfungen hinsichtlich der dort beschriebenen Produktmerkmale standhalten müssen.

Inhaltsstoffe

Bei einigen Produkten kann die Industrie aus demselben Grund wie das Handwerk oder der Verbraucher in der häuslichen Küche nicht auf den Einsatz von Zusatzstoffen verzichten, so würde etwa ein Kuchen nicht ohne Backtriebmittel aufgehen. Zusatzstoffe (auch bekannt als E-Nummern) werden schon seit jeher bei der Lebensmittelproduktion eingesetzt. Ohne diese wäre das heute reichhaltige und qualitativ hochwertige Lebensmittelangebot nicht denkbar. Sie dienen der Sicherheit und Haltbarkeit von Lebensmitteln und tragen somit auch zur Verringerung der Lebensmittelverschwendung bei.



Die Verpackungen müssen ausreichenden Produktschutz bieten und den Ansprüchen an den Umweltschutz gerecht werden.

Den wachsenden Verbraucherwunsch nach natürlichen Lebensmittelzutaten und naturbelassenen Lebensmitteln nimmt Dr. Oetker ernst. Damit die Lebensmittel bis zum Ende ihrer Haltbarkeit hygienisch einwandfrei bleiben, sich in Geschmack und Optik nicht verändern und eine gleich bleibende Qualität gewährleistet werden kann, ist manchmal ein Mindestmaß an Zusatzstoffen notwendig. Dr. Oetker verfährt dabei nach dem Quantum-satis-Prinzip: Es werden so wenige Zusatzstoffe wie möglich und nur so viele wie nötig eingesetzt. Wo es möglich ist, verzichtet das Unternehmen gänzlich auf den Einsatz von Zusatzstoffen. Sie ersetzen keine Zutaten. Die Verwendung von Zusatzstoffen sowie deren Kennzeichnung erfolgt dabei selbstverständlich im Einklang mit den nationalen und europäischen Rechtsvorschriften.

Bereits vor Jahren hat Dr. Oetker seine Produkte von Azofarbstoffen auf färbende Lebensmittel oder andere unbedenkliche Farbstoffe für die betreffenden Produktrezepturen umgestellt. Diese Änderung erfolgte ebenfalls für das im März 2010 übernommene Backdekorgeschäft der Schwartauer Werke. Seit Juli 2010 werden diese nach den neuen Rezepturen, die ohne Azofarbstoffe auskommen, produziert.

Ein weiteres Thema, mit dem Dr. Oetker sich bereits seit Jahren auseinandersetzt, ist die Reduktion von Salz in den Tiefkühl-Pizzen. Salz wird hier aus rezeptorischen und geschmacklichen

Gründen eingesetzt. Der wesentliche Salzgehalt in der Pizza resultiert jedoch aus den Zutaten. Aus diesem Grund gestaltet sich die Umsetzung für einige Produkte etwas schwieriger. Denn Salz wird zur Herstellung der von Dr. Oetker eingekauften Wurst- und Käsespezialitäten benötigt, um Bakterien- und Schimmelwachstum zu verhindern und damit die mikrobiologische Sicherheit des Produktes zu gewährleisten. Darüber hinaus hat das Unternehmen im Rahmen der Marktforschung festgestellt, dass eine zu starke Reduzierung in einem Schritt dazu führt, dass Verbraucher Produkte ablehnen oder nachsalzen. Die Strategie des Unternehmens ist es daher, den Salzgehalt unter Beibehaltung der qualitativen Eigenschaften schrittweise zu reduzieren. Damit wurde bereits vor fünf Jahren begonnen. Über das gesamte Pizzasegment konnte bisher eine Reduktion des Salzgehaltes von mehr als 10 % erreicht werden.

Verpackungen

Zur Produktentwicklung gehört auch die Verpackungsentwicklung. Die Produktverpackung wird so konzipiert, dass sie ausreichenden Schutz bei Transport und Lagerung bietet und ökologischen Ansprüchen, insbesondere hinsichtlich der Minimierung des Transportgewichts und des Entsorgungsaufkommens, gerecht wird. Zudem muss schon in der Produktentwicklungsphase gewährleistet werden, dass keine Wechselwirkungen

gen der Verpackung mit dem Produkt stattfinden.

Zum Schutz der Umwelt setzt Dr. Oetker bei seinen Verpackungen weitestgehend auf Recyclingkartons. Jüngste Untersuchungen in der papierrecycelnden Industrie ergaben, dass die Verwendung von wiederverwerteten Papiermaterialien als Packstoffe zu Verunreinigung mit Mineralölschmutzen führen können. Dr. Oetker hat daraufhin den Druck sämtlicher Verpackungen auf mineralölfreie und mineralölarmer Farbe umgestellt und umfassende Untersuchungen bei unabhängigen Instituten durchführen lassen. Bei keinem

Dr. Oetker Produkt besteht direkter Kontakt zwischen Karton und Produkt. Alle Produkte sind mit flexiblen Folien umhüllt, um einen möglichst hohen Produktschutz zu gewährleisten.

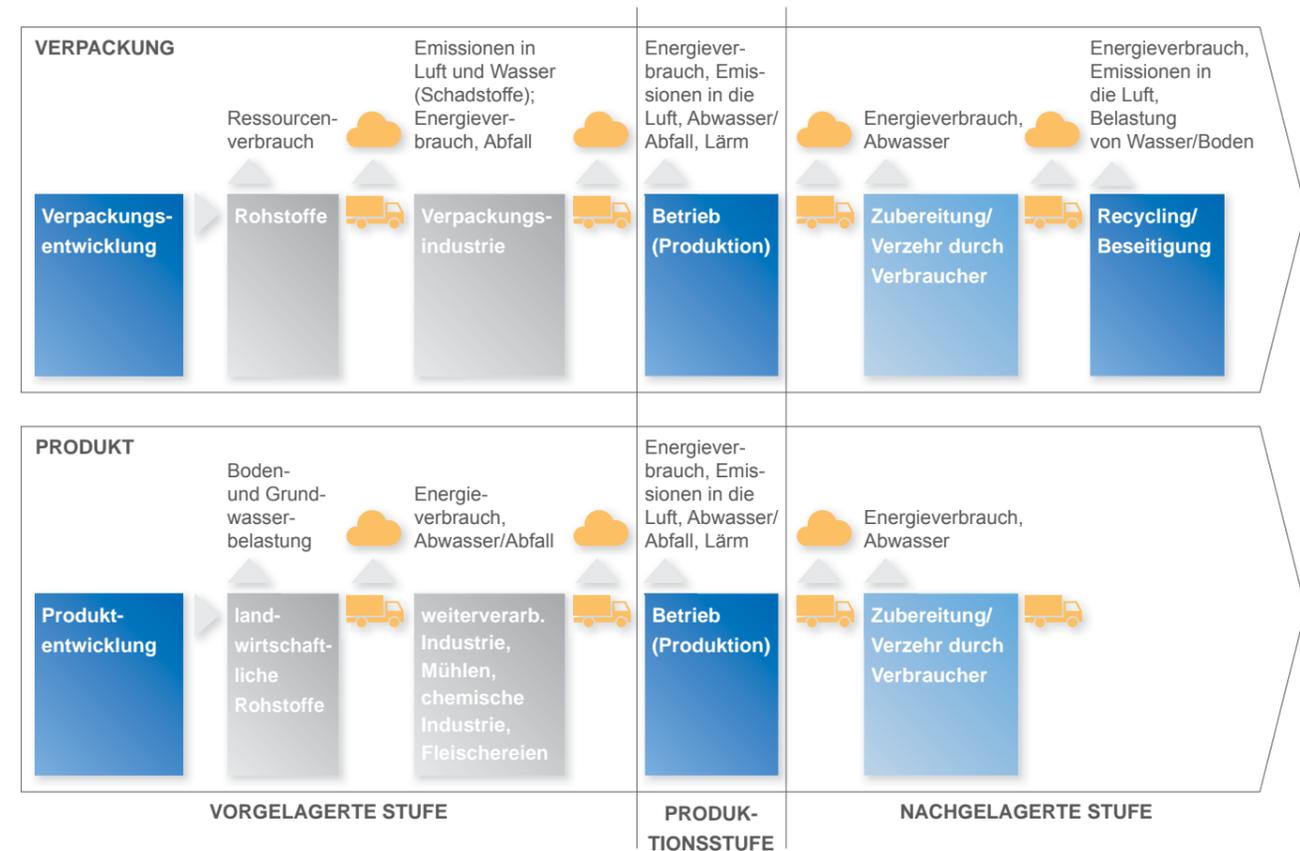
Umweltschutz im gesamten Produktlebenszyklus

Für die Betrachtung von Auswirkungen auf Umwelt und Klima wird der gesamte Produktlebenszyklus hinsichtlich ökologischer Implikationen analysiert. Von der ersten Produktidee über die Produkt- und Verpackungsentwicklung, von der Rohwarenauswahl über die ein-

→
Produktion
S. 40



PRODUKTLEBENSZYKLUS



zelen Produktionsstufen und bis zum Produkttransport sowie bis zur Wiederverwertung oder Entsorgung der Verpackungen: Bei Dr. Oetker werden auf allen Stufen des Produktlebenszyklus die Umweltauswirkungen berücksichtigt und bereits im Vorfeld Maßnahmen entwickelt, um Belastungen so gering wie möglich zu halten.

Insbesondere die Produkte der deutschen Tiefkühlindustrie stehen immer wieder zu Unrecht in der Kritik, aufgrund ihres Produktionsprozesses sowie der durchgängigen Tiefkühlung bei Distribution und Lagerung besonders klimaschädigend zu sein. Dr. Oetker nimmt diese Thematik ernst und hat daher schon vor Jahren die Reduktion von Treibhausgasemissionen zu einem Schwerpunkt der Umweltaktivitäten gemacht.

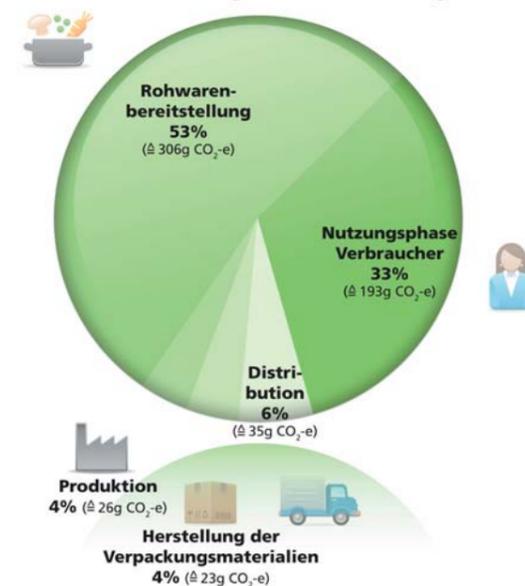
➔
Produktion
S. 48

Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen zu dieser Thematik auch bei dem Deutschen Tiefkühlinstitut (dti) und hat hier an einer Klimabilanz-Studie mitgearbeitet, die beim Öko-Institut in Auftrag gegeben wurde. Das Ergebnis dieser im September 2012 veröffentlichten Studie ist, dass Tiefkühlprodukte nicht klimaschädlicher sind als gekühlte Produkte oder durch den Verbraucher selbst zubereitete Vergleichsprodukte. Ferner zeigt die Studie auf, dass die Rezeptur der Produkte sowie die Einkaufsfahrt und Vorgänge in den Haushalten wie Lagerung und Zubereitung einen größeren Einfluss auf die Klimabilanz

haben, als die unterschiedlichen Angebotsformen. Damit kann der Verbraucher entscheidend zur Verringerung von Treibhausgasen beitragen, beispielsweise indem er für kurze Wege zum Supermarkt das Fahrrad nutzt oder zu Fuß geht. Basierend auf der Studie verfolgt Dr. Oetker nicht die Absicht, die Verantwortung auf den Verbraucher abzuschieben. Vielmehr nimmt das Unternehmen das Thema Klimaschutz ernst und wird seine Aktivitäten auf Grundlage der Studienergebnisse kritisch analysieren und weiterentwickeln.

Klimabilanz Tiefkühl-Pizza

Einfluss-Faktoren entlang des Produktlebensweges



Quelle: dti und Öko-Institut



Backofen vorheizen oder nicht? Basierend auf den Ergebnissen der Klimabilanz-Studie des Deutschen Tiefkühlinstituts will Dr. Oetker dieser Frage nachgehen. An erster Stelle steht dabei die Gelingsicherheit, die in jedem Fall gewährleistet sein muss.

Ausblick und Ziele

Für die Marke Dr. Oetker stehen stets die Wünsche der Verbraucher im Vordergrund. Dazu bietet das Unternehmen hochwertige Produkte an, die von den Konsumenten sicher und zuverlässig zubereitet werden können. Auch in Zukunft wird sich Dr. Oetker an den sich wandelnden Verbraucherbedürfnissen orientieren und gelingsichere Produkte mit unvergleichlichem Genuss anbieten.

Eine weitere Reduktion des Salzgehaltes bei Tiefkühlpizza um 10% ist für die kommenden fünf Jahre geplant.

Basierend auf den Ergebnissen der Klimabilanzstudie vom Deutschen Tiefkühlinstitut und Ökoinstitut wird Dr. Oetker die Realisierbarkeit einer erweiterten Zubereitungsanleitung prüfen, die eine gelingsichere Zubereitung der Tiefkühlpizzen durch den Verbraucher ohne Vorheizen des Backofens ermöglicht. Oberste Priorität hat dabei jedoch die vom Unternehmen seit jeher ausgegebene Gelinggarantie, die in jedem Fall gewährleistet sein muss. Aus dieser Prüfung gewonnene Erkenntnisse wird Dr. Oetker auch bei anderen Warengruppen berücksichtigen.

Verantwortungsvolle Rohwarenwirtschaft

Die Beachtung nachhaltiger Aspekte beginnt im Unternehmen Dr. Oetker bereits bei der Auswahl und dem Einkauf der erforderlichen Rohstoffe und Materialien. Die komplexen Warenströme innerhalb der Lieferkette sind nur bedingt beeinflussbar. Durch eigene, international gültige Einkaufsleitlinien sowie umfassende Lieferantenprüfungen und strenge Kontrollen nimmt das Unternehmen so weit wie möglich Einfluss.

Zusammenarbeit mit Lieferanten

Als international tätiger Hersteller übernimmt Dr. Oetker weltweit Verantwortung. Das Unternehmen möchte seinen Kunden Produkte anbieten, die von höchster Qualität sind, aber auch entlang der gesamten Wertschöpfungskette wirtschaftlich effizient sowie unter sozialverträglichen und umweltschonenden Bedingungen produziert wurden. Ein wichtiger Schlüssel dazu sind die Lieferanten.

Von seinen Lieferanten und Vertragspartnern erwartet das Unternehmen, dass ihr Verhalten den unternehmerischen Werten von Dr. Oetker entspricht. Bei der Auswahl der Lieferanten werden daher sowohl die Qualität der Rohstoffe als auch die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards berücksichtigt.

Dr. Oetker strebt faire und partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen mit seinen Zulieferern an, die auf Ehrlichkeit, Vertrauen und Verbindlichkeit basieren. Ein konstruktiver Dialog sowie eine enge Zusammenarbeit mit den Geschäftspartnern bilden ein solides Gerüst für die Aktivitäten des Unternehmens.

Darüber hinaus hat Dr. Oetker eigene dezidierte Einkaufsrichtlinien entwickelt und in seine Lieferantenrahmenverträge integriert. Die hierin definierten Standards sind außerordentlich hoch und gelten weltweit. Sie zielen ab auf die Einhaltung der Qualitätsanforderungen,

die Erfüllung sozialer Mindeststandards bei den Beschäftigten der Lieferanten und auf die nachhaltige Schonung ökologischer Ressourcen. Die unternehmenseigenen Einkaufsstandards sind verbindlich für die Geschäftsbeziehung zwischen Dr. Oetker und seinen Lieferanten und werden kontinuierlich aktuellen Anforderungen angepasst.

Unternehmenseigene Einkaufsstandards

Der Dr. Oetker Food-Standard beschreibt und legt für die Lieferanten genaue Kriterien verbindlich fest. Demzufolge müssen Rohwarenlieferanten ein funktionierendes, geprüftes und dokumentiertes Rückverfolgbarkeitssystem gemäß EU-Basisverordnung 178/2002 nachweisen.

Die Einkaufsentscheidungen berücksichtigen auch ethische Belange. Der Dr. Oetker Food-Standard präzisiert daher Ansprüche an den Tier- und Artenschutz: Rohstofflieferanten müssen beispielsweise nachweisen, dass Thunfisch nur delfinfreundlich gefangen wird oder Eier und Hähnchenfleisch nur von Tieren aus Bodenhaltung stammen.

Bei Fleisch und Fleischerzeugnissen ist die Verwendung von Antibiotika ausschließlich zur Krankheitsbekämpfung von Tieren erlaubt. Die Verwendung als Masthilfe oder als Wachstumsförderer ist, wie auch der Einsatz anderer Mittel



In ihren Gesprächen mit Lieferanten weisen die Einkäufer von Dr. Oetker auf die Einhaltung der hohen unternehmenseigenen Einkaufsstandards hin.

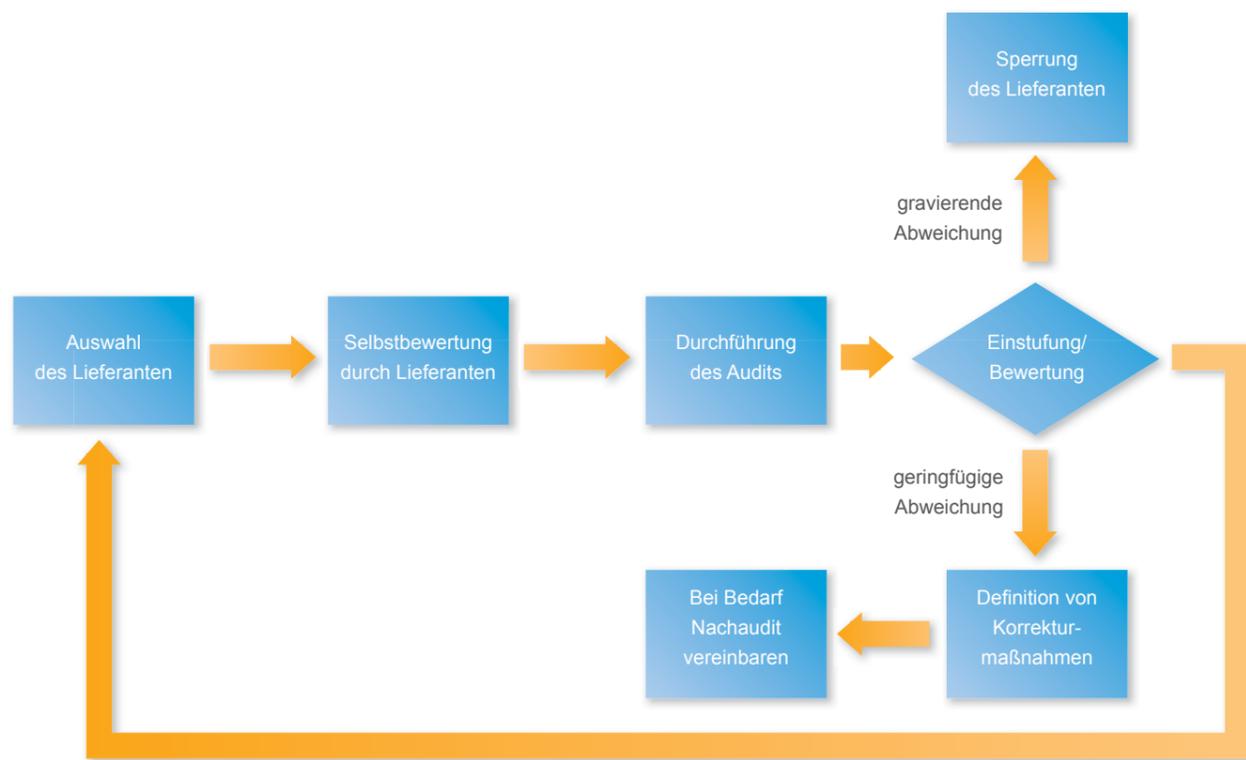
für diese Zwecke, für Lieferanten von Dr. Oetker verboten.

Der Umgang mit Gentechnik findet weltweit unterschiedliche Akzeptanz und wird insbesondere in den Ländern der EU skeptisch betrachtet. Dr. Oetker folgt den hier vorherrschenden Verbrauchervünschen und verwendet entsprechend keine gentechnisch modifizierten Rohstoffe. Sollte die Landwirtschaft Anbauflächen mit genmodifizierten Nutzpflanzen so ausdehnen, dass nennenswerte und nachweisbare Veränderungen über dem gesetzlichen Schwellenwert vorliegen, wird Dr. Oetker die Verbraucher sofort durch sachgerechte Kennzeichnung informieren.

Im Sinne seiner gesellschaftlichen Verantwortung sieht sich das Unternehmen in der Pflicht, auch auf die Einhaltung sozialer Standards in der gesamten Zuliefererkette zu achten. Dazu hat Dr. Oetker ein internationales Lieferantenhandbuch etabliert, das Gegen-

stand aller Lieferantenverträge ist. Alle Geschäftspartner des Unternehmens verpflichten sich damit, bestimmte soziale Standards bei der Produktion einzuhalten und verbindlich darauf zu achten, dass auch die Arbeitsbedingungen bei ihren Subauftragnehmern diesem Standard entsprechen.

Die geforderten Standards stehen im Einklang mit den Bestimmungen der „International Labour Organisation“ (ILO) sowie den Richtlinien der „Organisation for Economic Cooperation and Development“ (OECD). Das Unternehmen duldet weder Kinderarbeit noch Zwangsarbeit in den Lieferbetrieben und bei deren Subauftragnehmern. Die Wochenarbeitszeit sowie die täglich zulässige Höchstarbeitszeit müssen mindestens den landesüblichen Gesetzen und Richtlinien entsprechen. Des Weiteren muss der Lohn den gesetzlichen bzw. industriellen Mindeststandard – je nachdem, welcher höher liegt – erfüllen.



Die Auditierung von Lieferanten erfolgt bei Dr. Oetker nach einem international einheitlichen System.

Insbesondere bestimmte Rohstoffe aus Entwicklungsländern stehen immer wieder im Verdacht durch illegale Kinderarbeit geerntet und verarbeitet zu werden. Im Rahmen seiner Einkaufsaktivitäten fordert das Unternehmen daher von all seinen Lieferanten eine verbindliche Zusage, keine Kinder- und Zwangsarbeit zu unterstützen oder andere Formen der Ausbeutung zuzulassen.

Lieferantenbewertungen

Zur Vermeidung von Qualitätsverlusten oder Reputationsrisiken hat Dr. Oetker zusätzlich zu den eigenen Einkaufsstandards ein Lieferantenbewertungssystem entwickelt, um seine Lieferanten zu beurteilen und diese gleichzeitig bei ihrer Weiterentwicklung zu unterstützen. Mit anspruchsvollen Prüfverfahren wird die Qualität der eingekauften Rohwaren sichergestellt und auf die Einhaltung von Umwelt-, Sicherheits- und Sozialstandards geachtet. Dazu arbeiten die Bereiche Einkauf und Qualitätssicherung eng zusammen und stehen in einem intensiven Austausch.

Neben der kontinuierlichen Lieferantenbewertung ist die Methode der Lie-

feranten-Auditierung ein wichtiges Instrument. Die Auditierung ist ein mehrstufiger Prozess und erfolgt nach einem international einheitlichen System: Zunächst findet die Selbstbewertung der Lieferanten auf Basis branchenspezifischer Fragebögen statt. Diese unterstreichen die Anforderungen von Dr. Oetker in den Bereichen Qualität, Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, Menschenrechte, Arbeitsbedingungen sowie Anti-Korruption. Zusätzlich besuchen Mitarbeiter die Produktionsstätten. Durch die Führung von Interviews mit den Beteiligten und anhand eines gemeinsamen Fabrikrundgangs überprüfen sie die Einhaltung der geforderten Standards und Managementsysteme vor Ort.

Abschließend erfolgt die Bewertung der Auditierung. Wenn Lieferanten erfolgreich auditiert wurden, schließen sich regelmäßig Besuche bei diesen an. Erfüllt ein Lieferant die an ihn gestellten Anforderungen nicht, wird ein Maßnahmenplan entworfen und ein Zeitraum bestimmt, innerhalb dessen die Nachbesserungen umgesetzt werden müssen. Auf diese Weise werden die Standards des Unternehmens auch bei den Lieferanten etabliert, von diesen mitge-

tragen und ihre Einhaltung sichergestellt. Dr. Oetker braucht Partner, die dazu beitragen, sein Qualitätsversprechen kontinuierlich einzuhalten.

Die Audit-Ergebnisse werden in eine Datenbank eingestellt und stehen allen Einkäufern und Mitarbeitern der Qualitätssicherung zur Verfügung. Dadurch können Erfahrungswerte mit Lieferanten unternehmensweit ausgetauscht und Ressourcen effizient genutzt werden.

Zeigt sich ein Lieferant nicht kooperativ oder verletzt er gesetzliche Bestimmungen, startet Dr. Oetker ein Mahnverfahren und sperrt den Lieferanten. In letzter Konsequenz beendet das Unternehmen die Geschäftsbeziehung mit dem Zulieferer.



Unabhängige Auditoren haben die Produktionsstätten von Dr. Oetker erfolgreich auf den Bezug von nachhaltigem Palmöl zertifiziert.

Kritische Rohstoffe

Zu einer verantwortungsvollen Rohwarenwirtschaft zählt das Unternehmen auch den Schutz natürlicher Ressourcen und Biodiversität. Deshalb soll auf den Einsatz nicht nachhaltig erzeugter, landwirtschaftlicher und tierischer Produkte verzichtet werden.



Seit 2011 ist Dr. Oetker Mitglied des Runden Tisches für nachhaltig angebautes Palmöl (RSPO). Die relevanten Dr. Oetker Standorte werden seitdem sukzessive RSPO zertifiziert und auf den Bezug von nachhaltig angebautem Palmöl umgestellt. In Deutschland wird seit Ende 2012 nur noch nachhaltig angebautes Palmöl eingesetzt; die weltweite Umstellung ist für 2015 geplant.

Ausblick und Ziele

Auch darüber hinaus arbeitet Dr. Oetker kontinuierlich daran, seine Einkaufspolitik immer weiter zu verbessern. Seit

2011 bewertet das Unternehmen im Einkauf gezielt die mit sozialen oder ökologischen Risiken behafteten Rohstoffe im Rahmen eines ganzheitlichen Risiko-Managements. Diese Risikobetrachtung wird nunmehr auch bei der Auswahl der Lieferanten berücksichtigt.

Der Einkauf verfolgt beim Thema Nachhaltigkeit drei Hauptziele:

- **Transparenz schaffen:** Kritische Rohstoffe werden identifiziert und gemonitort.
- **Werte schaffen:** Entlang der gesamten Wertschöpfungskette wird Nachhaltigkeit im ökonomischen, ökologischen und sozialen Sinne sichergestellt.
- **Risiken meiden:** Kritische Rohstoffe werden nachhaltig gemanagt und wenn möglich substituiert.

Umweltschonende Produktionsprozesse

Die ständige Verbesserung der Produktionsprozesse und ein damit einhergehender verantwortungsvoller Ressourcenverbrauch ist ein wesentlicher Teil des Qualitätsversprechens von Dr. Oetker. Voraussetzungen dafür sind effiziente und moderne Produktionsstätten sowie die kontinuierliche Minimierung der im Produktionsprozess verursachten Umweltauswirkungen für Boden, Luft und Wasser. Dazu werden sämtliche Prozesse analysiert und stets die Einhaltung der festgelegten Parameter überprüft.

Ökologische Betriebsbilanz

Eine regelmäßig aufgestellte ökologische Betriebsbilanz dokumentiert alle Stoff- und Energieströme, die im Laufe eines Jahres eingehen (Input) und das Unternehmen wieder verlassen (Output). Die Ökobilanzierung gibt einen genauen Überblick über die umweltrelevanten Auswirkungen der unternehmerischen Tätigkeit. Sie ermöglicht es, ökologische Schwachstellen zu identifizieren, neue Ziele zu setzen und deren Erfolg präzise zu kontrollieren. Im Folgenden werden Einzelwerte dieser Bilanz dargestellt.

Verpackungen

In der Nahrungsmittelindustrie erfüllen Verpackungen wichtige Grundfunktionen wie Produkt-, Hygiene-, Geschmacks- und Aromaschutz und sind daher unverzichtbar. Sie tragen erheblich zur herausragenden Qualität der Dr. Oetker Produkte bei. Zudem liefern sie dem Verbraucher wichtige Informationen über das Produkt, seine Zubereitung und Verwendung.

Bereits in der Entwicklungsphase werden sämtliche Umweltauswirkungen von Produktverpackungen überprüft und auf

← Produktentwicklung
S. 32

← Verbraucher
S. 57



Pappe und Papier bilden den Hauptanteil an den Verpackungsmaterialien.

größtmögliche Umweltverträglichkeit geachtet. Bei Dr. Oetker gelangen neben Glas, Kunst- und Verbundstoffen hauptsächlich Pappe und Papier zum Einsatz. Die Transportverpackungen sind vornehmlich Wellpappen mit 100% Recyclinganteil sowie Stretchfolien. Mit gut 70% bildet der Verbrauch von Papier und Pappe den größten Anteil an der Gesamtmenge der bei Dr. Oetker verwendeten Verpackungsmaterialien. Der Recyclinganteil an den Warenverpackungen lag 2012 insgesamt bei rund 60%.

lagen eingesetzt und anschließend dem Versickerungsbrunnen zugeführt, sodass es im natürlichen Kreislauf bleibt. Darüber hinaus wird Brunnenwasser zur Bewässerung der Grünanlagen sowie für die sanitären Anlagen genutzt.

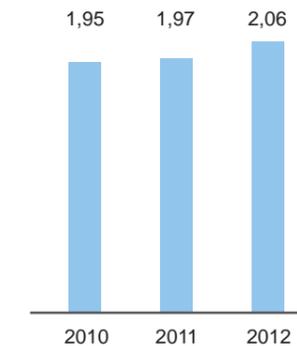
→ Umwelt- und Klimaschutz
S. 64-65

Wasser

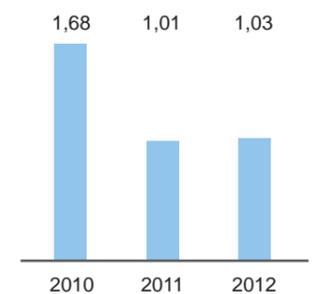
→ Umwelt- und Klimaschutz
S. 62-65

In den Dr. Oetker Werken wird Wasser größtenteils für die Reinigung von Produktionsstätten gebraucht. Neben dem städtischen Trinkwasser verwendet Dr. Oetker an einigen Werksstandorten Brunnenwasser aus der eigenen Förderung. Das Brunnenwasser wird vorwiegend zur Kühlung der Kompressorenan-

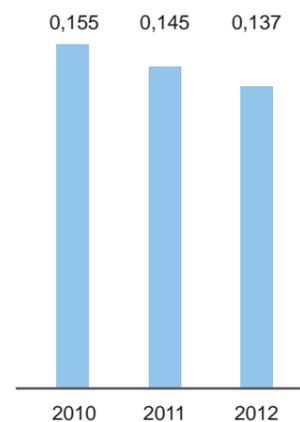
STADTWASSER
(m³/t Fertigprodukt)



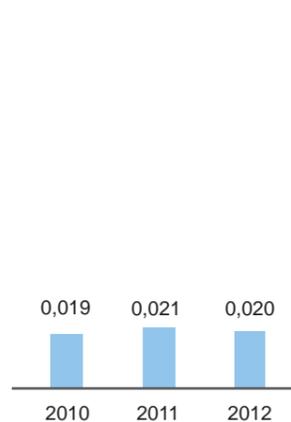
BRUNNENWASSER
(m³/t Fertigprodukt)



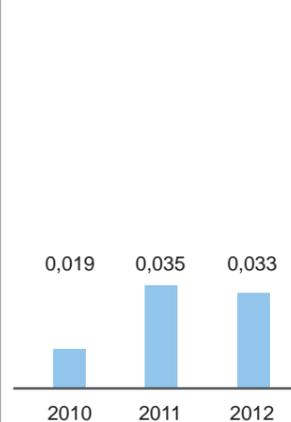
WARENVERPACKUNG GESAMT
(t/to* Fertigprodukt)



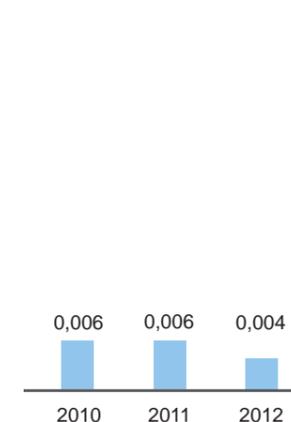
VERBUNDSTOFFE
(t/to Fertigprodukt)



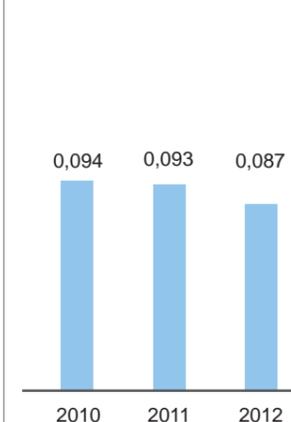
KUNSTSTOFFE
(t/to Fertigprodukt)



GLAS
(t/to Fertigprodukt)



PAPIER/PAPPE
(t/to Fertigprodukt)



*t/to = Tonne je Tonnage Fertigprodukt

Im türkischen Werk Pancar dienen Sonnenkollektoren zur Aufbereitung von Warmwasser.



Energie

Der Energiebedarf bei Dr. Oetker wird durch die Energieträger Strom, Heizöl, Erdgas, Flüssiggas und Fernwärme gedeckt. Wo die lokalen Voraussetzungen gegeben sind, setzt das Unternehmen auf emissionsärmere Fernwärme: Einige europäische Werke konnten bereits in einen Nahwärmeverbund eingegliedert werden. Überdies wurde in Lebcz (Polen) von Heizöl auf das dort verfügbare und klimaschonendere Erdgas umgestellt. Für die Aufbereitung von Warmwasser sind auf den Gebäuden der Produktionsstandorte in Italien und in der Türkei Sonnenkollektoren angebracht. Das brasilianische Werk in São Paulo bezieht einen Teil der Energie von einem ansässigen Wasserkraftwerk.

Des Weiteren nutzen verschiedene Dr. Oetker Werke die Abwärme aus den Produktionsprozessen gezielt zur

Brauchwassererwärmung sowie zur Bewirtschaftung der Gebäude. Durch die Rückführung in den Produktionsprozess sowie durch energieeffiziente Prozessabläufe und Energiesparmaßnahmen konnte der Verbrauch von Erdgas reduziert werden.

Der relative Anstieg des Gesamtenergieverbrauchs ist unter anderem auf den überproportionalen Ausbau des energieintensiven Tiefkühl-Segments zurückzuführen. Hintergrund waren hier die Akquisitionen neuer Werke sowie die Erweiterung von Tiefkühl-Lagern. Da die neu eingeführten Anlagen sowie die Lager zu Beginn noch nicht voll ausgelastet waren, spiegelt sich der geringere Produktoutput in einem steigenden relativen Gesamtverbrauch wider.

Die Senkung des Energieverbrauchs und die damit verbundene Verringerung des Emissionsausstoßes bilden auch in

Umwelt- und Klimaschutz
S. 61-65

Zukunft einen der Schwerpunkte der Umweltaktivitäten bei Dr. Oetker. Dazu wurden in den energieintensiven Dr. Oetker Werken sukzessive Energiemanagementsysteme implementiert. Visuelle, EDV-basierte Darstellungen detaillierter Energieverbrauchsdaten erlauben eine genaue Übersicht und die exakte Steuerung, was der Ressourcenschonung deutlich spürbar zugutekommt. Zusätzlich gibt ein Umweltcontrolling-System einen Überblick über die Verbrauchszahlen und gestattet einen Abgleich der einzelnen Werksstandorte. Auf diese Weise werden Einsparpotenziale transparent aufgezeigt.

Mittels EDV werden Energieverbrauchsdaten dargestellt und somit Einsparpotenziale transparent aufgezeigt.

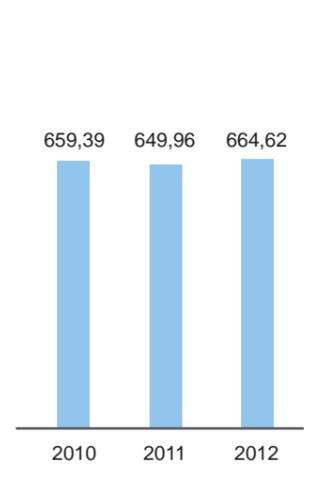


Kältemittel

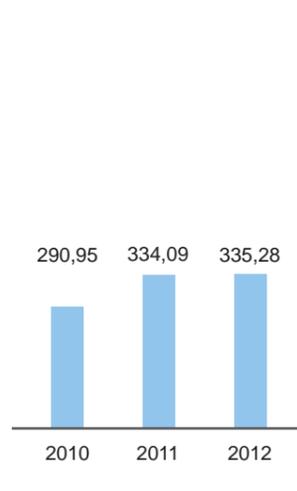
Bei der Herstellung und Lagerung von gekühlten und tiefgekühlten Produkten werden Kältemittel verwendet und zwar ausschließlich Stickstoff und Ammoniak. Letzteres wird eingesetzt, da es im Gegensatz zu FCKW (Fluorchlorkohlenwasserstoff) die Ozonschicht nicht schädigt. Die Kälteanlagen werden regelmäßig gewartet und auf dem neuesten Stand der Technik gehalten, um einen

Austritt von Ammoniak zu vermeiden. In den Dr. Oetker Produktionsstätten, die Tiefkühlkost herstellen, wird das Sicherheitsmanagement ständig ausgebaut. Zudem werden die Mitarbeiter in Zusammenarbeit mit den örtlichen Feuerwehren regelmäßig geschult und Notfallsituationen – und seien sie noch so

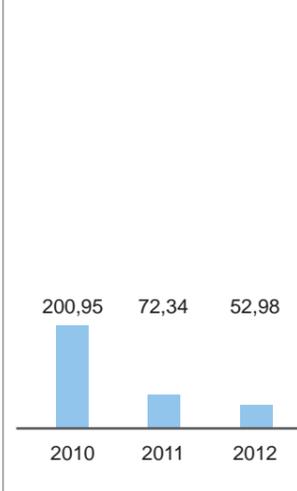
ENERGIEVERBRAUCH GESAMT
(kWh/t Fertigprodukt)



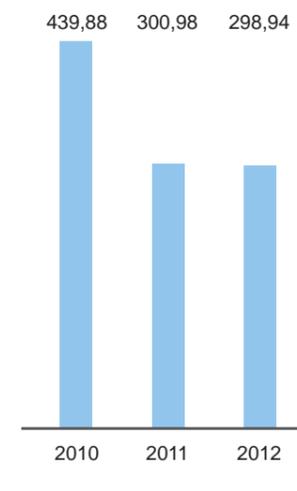
STROM
(kWh/t Fertigprodukt)



HEIZÖL
(kWh/t Fertigprodukt)



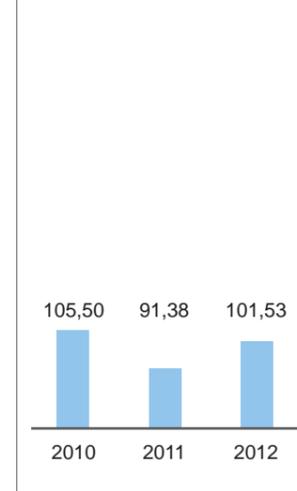
ERDGAS
(kWh/t Fertigprodukt)



FLÜSSIGGAS
(kWh/t Fertigprodukt)



FERNWÄRME
(kWh/t Fertigprodukt)





Die Kälteanlagen werden regelmäßig gewartet und auf dem neuesten Stand der Technik gehalten.

unwahrscheinlich – zu Übungszwecken wiederholt simuliert.

Die zahlreichen Sicherheitsmaßnahmen und -schulungen haben erfreulicherweise dazu geführt, dass im Zeitraum 2010 bis 2012 keine Notfallsituation mit dem Austritt von Ammoniak zu verzeichnen war.

Reinigungsmittel

Als Nahrungsmittelhersteller unterliegt Dr. Oetker strengen gesetzlichen Anforderungen an Hygiene und Sauberkeit. Daher ist die Verwendung von Reinigungs- und Desinfektionsmitteln zwingend erforderlich, wobei im Unternehmen sehr genau auf deren umweltverträgliche Beschaffenheit geachtet wird. Alle Reinigungsmittel werden vor ihrem Einsatz mit dem Umweltbeauftragten nach einem präzisen Anforderungskatalog abgestimmt und in einem EDV-basierten Katalog aufgestellt. Auf diese Weise kann auch der Verbrauch an den Einsatzstellen sehr genau erfasst werden.



Umwelt- und Klimaschutz
S. 63

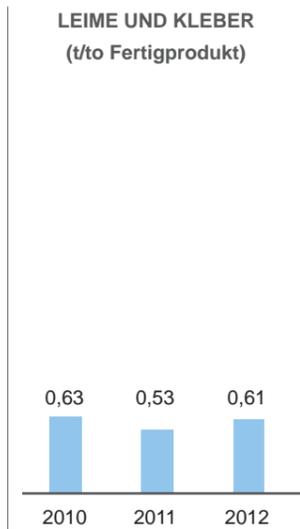
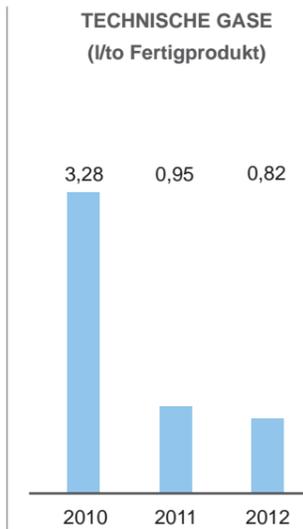
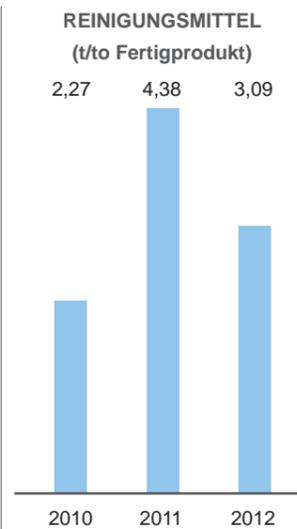


Gefährdende Stoffe

Mögliche Risiken für Mensch und Umwelt, die von Gefahrstoffen oder Wassergefährdenden Stoffen ausgehen, werden bereits im Vorfeld geprüft. Organisatorische Regelungen für den Umgang mit solchen Stoffen sind in einem Umweltmanagementhandbuch genau festgelegt, ferner erfolgen entsprechende Mitar-

beiterschulungen. Mit dem in jedem Dr. Oetker Werk vorhandenen Gefahrstoffkataster ist eine genaue Übersicht über die eingesetzten Substanzen gegeben. Darüber hinaus erfolgt eine regelmäßige Überprüfung. Ziel ist es, Stoffe mit einer höheren Gefährdung so weit wie möglich durch weniger gefährliche oder sogar ungefährliche Stoffe zu ersetzen.

Hohe Standards bei Sicherheit und Hygiene spielen in der industriellen Nahrungsmittelproduktion eine bedeutende Rolle.





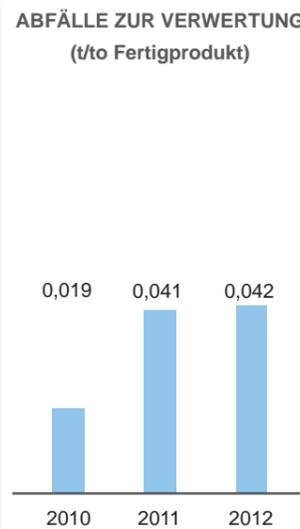
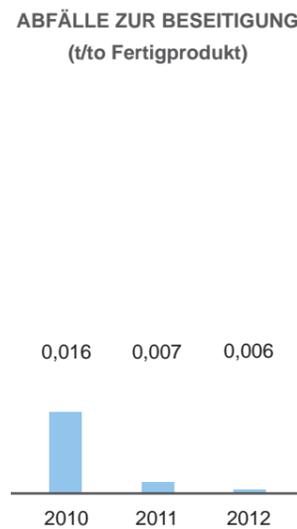
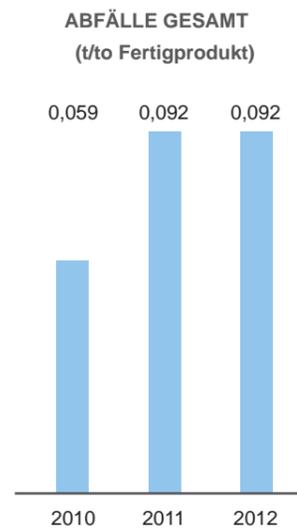
Abfälle

Wie in jedem Produktionsbetrieb fallen auch in den Dr. Oetker Werken mehrere Arten von Abfällen an. Die jeweiligen Landesgesellschaften haben dazu verschiedene Recyclingprogramme aufgelegt und kooperieren mit entsprechenden Abfallentsorgern vor Ort. Basierend auf den gesetzlichen Vorgaben in Deutschland wird unter anderem an den Dr. Oetker Standorten nach „Abfällen zur Beseitigung“ oder „Abfällen zur Verwertung“ unterschieden. Mit hohem Aufwand

werden in den Dr. Oetker Werken bis zu 30 verschiedene Abfallfraktionen getrennt. Dabei gewährleistet ein Farbrennsystem die Übersichtlichkeit der vielen Fraktionen. Auf den Werksgeländen sind optisch gut zu unterscheidende Behälter zur Abfalltrennung aufgestellt – anschließend werden die Abfälle nochmals nachsortiert und dem Stoffkreislauf als Rohstoff zurückgeführt. Erfreulicherweise wurde der Anteil an verwertbaren Abfällen durch konsequente Abfalltrennung im Berichtszeitraum gesteigert. Weiter vorangetrieben werden der Ein-

Durch den Einsatz von Mehrwegbehältnissen reduziert Dr. Oetker sein Abfallaufkommen.

← Umwelt- und Klimaschutz S. 63-65



satz von Mehrwegbehältnissen und der Ausbau pneumatischer Rohstoffförderanlagen, um dem steigenden Abfallaufkommen entgegen zu treten. Erste Erfolge konnten bereits 2012 erzielt werden. Überdies sind die eingesetzten Entsorgungsdienstleister angehalten, keinen Abfall grenzüberschreitend zu beseitigen. Die Einhaltung dieser vertraglichen Leistung wird im Rahmen von internen Audits stichprobenhaft überprüft.

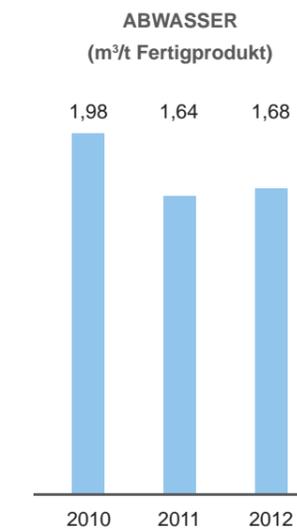
Abwässer

Regelmäßige Messungen kontrollieren die Schadstoffbelastung der Abwässer. In den Dr. Oetker Werken, die Nahrungsmittel herstellen, ist das Abwasser so sauber, dass es als „haushaltsähnlich“ eingestuft wird. An Produktionsstätten, in denen Tiefkühlprodukte hergestellt werden, enthält das Abwasser organische Stoffe, die hauptsächlich bei der Reinigung der Produktionsanlagen anfallen. In den Dr. Oetker Werken Wittlich, Moers und Pancar (Türkei) wird das Abwasser vor der Weiterleitung in die städ-

tische Kanalisation mit einer hauseigenen Kläranlage vorgereinigt. Der Frischwasserverbrauch hat leicht zugenommen, was jedoch mit dem überproportionalen Ausbau der Tiefkühl-Werke zusammenhängt, die einen erhöhten Reinigungsaufwand in der Produktion haben. In Abhängigkeit des gestiegenen Produktionsoutputs wurden im polnischen Werk Markow die Grenzwerte für den chemischen Sauerstoffbedarf (CSB) bei den Abwasserfrachten temporär überschritten. Hier wurde noch 2012 eine neue Vorklärung in enger Abstimmung mit der zuständigen Kommune in Betrieb genommen. Die Rückführung gering belasteter Abwässer und die damit verbundene Wiederverwendung für Vorspülprozesse ist aufgrund des relativ hohen Wasserverbrauchs nur in den Frische-Werken sinnvoll. Durch die gezielte Rückführung konnte bis zu 60% des Abwassers wiederholt als Grauwasser eingesetzt werden, wodurch die Ressource Wasser nachhaltig geschont wird. Eines der Ziele von Dr. Oetker ist es, die Quote zur Nutzung von Grauwasser weiter zu erhöhen.

← Umwelt- und Klimaschutz S. 62-65

In der Nahrungsmittelproduktion wird das Abwasser als „haushaltsähnlich“ eingestuft.





Dr. Oetker arbeitet kontinuierlich daran, den Energieverbrauch zu senken und verbunden damit den Emissionsausstoß zu verringern.

Emissionen

Emissionen, die für die Verschmutzung der Luft verantwortlich sind, entstehen hauptsächlich durch die Nutzung von elektrischer Energie aus Kohlekraftwerken und durch die Verbrennung von Heizöl und Erdgas. Des Weiteren trägt der Ausstoß von CO₂ und anderen Gasen, die durch den Lkw- und Pkw-Verkehr verursacht werden, zur Luftverschmutzung bei.

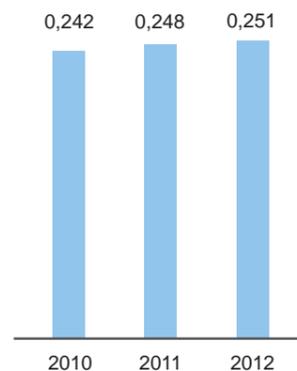
→ Logistik S. 50-55

→ Umwelt- und Klimaschutz S. 61-65

Vor allem durch die Verringerung von Energieverbräuchen wird bei Dr. Oetker auf die kontinuierliche Reduktion insbesondere auch von CO₂-Emissionen geachtet, die in Relation zur produzierten Menge errechnet und kontrolliert werden. Insgesamt haben im vergangenen Berichtsjahr 23 Dr. Oetker Produktions-

stätten ein Volumen von rund 134.500 Tonnen CO₂-Emission freigesetzt. Durch die Akquisition eines Werkes und den Ausbau der Tiefkühl-Werke sowie deutlich höheren Tonnagen im energieintensiveren Tiefkühlsegment sind die CO₂-Emissionen im Drei-Jahreszeitraum insgesamt leicht gestiegen.

CO₂-EMISSIONEN DER WERKE (l/to Fertigprodukt)



Emissionen wie Geruch und Lärm treten bei Dr. Oetker in verhältnismäßig geringem Maße auf. Das Unternehmen nimmt die Interessen von Anwohnern sehr ernst und ergreift aufwändige Maßnahmen, um eventuelle Belastungen noch weiter zu reduzieren. So wird beispielsweise bei der Anschaffung neuer Maschinen auf Lärmemissionen geachtet. Am Dr. Oetker Werk in Oerlinghausen, wo bei der Herstellung von Müsli Lebensmittelgerüche entstehen, ist eine hochmoderne, mit UV-Strahlung funktionierende Abluftfilteranlage zur Minderung der Geruchsemissionen installiert. Damit auch die Dr. Oetker Mitarbeiter unter einwandfreien Bedingungen arbeiten können, wurden an mehreren Werkstandorten komplexe Aspirationsfiltersysteme zur Staubreduzierung in den Produktionsräumen eingebaut. Regelmäßige Messungen in den Betrieben helfen außerdem, Lärmquellen zu bewerten und erforderlichenfalls entsprechende Maßnahmen abzuleiten.

→ Umwelt- und Klimaschutz S. 63

Ausblick und Ziele

Die Senkung des Energieverbrauchs und die damit verbundene Verringerung des Emissionsausstoßes bilden weiterhin einen Schwerpunkt der Aktivitäten zum Umwelt- und Klimaschutz des Unternehmens. Dazu wird unter anderem die EDV-basierte Visualisierung der Energieverbräuche und Steuerungssysteme weiter ausgebaut.

Weiter vorangetrieben wird zudem die Reduktion des Abfallaufkommens. Ferner soll die Quote zur Reduktion von Frischwasser weiter erhöht werden.

← Umwelt- und Klimaschutz S. 65



Damit die Mitarbeiter unter einwandfreien Bedingungen arbeiten können, achtet Dr. Oetker sehr stark auf Lärm- und Geruchsemissionen in der Produktion.

Optimierungen entlang der gesamten Logistikkette

Die zunehmende Globalisierung und Diversifikation der Märkte hat in den vergangenen Jahren zu einem Anstieg der weltweiten Warenströme bei Dr. Oetker geführt. In diesem veränderten Umfeld ist der Bereich Logistik ständig darum bemüht, seine eigenen Prozesse wirtschaftlich nachhaltig und umweltverträglich zu gestalten. Dazu konzentriert das Unternehmen seine Maßnahmen zurzeit auf Aktivitäten zur Transportvermeidung.

Beschaffungslogistik

Bevor die Endverbraucher Dr. Oetker Produkte in den Regalen des Handels vorfinden, werden diese zumeist mehrfach transportiert, umgeschlagen und gelagert. Um die erforderlichen Waren- und Materialflüsse so effizient wie möglich zu gestalten, werden die Liefer- und Transportstrukturen in den Supply Chains fortlaufend untersucht – angefangen bei der Anlieferung von Rohwaren bis zur Auslieferung an die Rampen der Handelspartner. So wird etwa die Bedarfshäufigkeit im Vergleich zur Transporthäufigkeit und Ladungsträgerauslastung kontrolliert. Auf diese Weise werden sowohl Kosten als auch Umweltauswirkungen überprüft.

Bereits bei der Beschaffung von Rohwaren und Verpackung achtet Dr. Oetker

darauf, Transporte in Kooperation mit den Lieferanten möglichst gering zu halten. Dazu verfolgt das Familienunternehmen verschiedene Ansätze: Rohwaren werden zum Beispiel vorzugsweise von regionalen Anbietern bezogen, denn aufgrund der kürzeren Strecken können somit Transportkilometer eingespart werden – ein Aspekt, der auch der Umwelt zugutekommt. Der Bezug von exotischen Rohwaren muss aufgrund der Verfügbarkeit überregional erfolgen. Bedingt durch die weiteren Fahrtwege setzt das Unternehmen in diesen Fällen auf Großtransporte mit hoher Auslastung, um die Anzahl der Fahrten zu reduzieren. Stets berücksichtigt Dr. Oetker bei der Beschaffungslogistik die wirtschaftlichste und dadurch umweltfreundlichste Lösung.

Diese Vorgehensweise erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen den Bereichen Einkauf und Logistik. Mit dem Ziel, die Anzahl der Transporte zu verringern, wird die Gesamtmenge der zu beschaffenden Waren gebündelt. Im Zuge der Absatzplanung definiert die Logistik die entsprechenden Bedarfsmengen.

Darüber hinaus arbeitet Dr. Oetker mit seinen Lieferanten an effizienten und umweltschonenden Konzepten. Durch die Anlieferung in Silofahrzeugen, Big Bags und verschiedenen Mehrwegbehältersystemen wird der Einsatz von Rohwarenverpackungen minimiert. Ferner werden durch die räumlich enge

Rohwaren werden vorzugsweise von regionalen Anbietern bezogen. Ein Aspekt, der auch der Umwelt zugutekommt.



Eine effiziente Logistik trägt zu einer Entlastung des Straßenverkehrs bei.

Verzahnung der internen Produktions- und Logistikstandorte die angelieferten Rohstoff- und Verpackungsmaterialien ohne aufwendige Quertransporte der Produktion zugeführt. Somit werden ebenfalls zusätzliche Transportaufwendungen vermieden.

Distributionsstrukturen

Nach Produktion und Zwischenlagerung werden die Dr. Oetker Produkte zu den Handelspartnern transportiert. Mit Logistikkonzepten, die genau auf die jeweiligen Empfängergruppen abgestimmt sind, sowie damit verbundenen Investitionen in die entsprechende Infrastruktur werden die sich hieraus ergebenden Transportaufwendungen und die Umweltbelastungen so weit wie möglich eingeschränkt. Die Produktions- und Logistikstandorte des Unternehmens sind dabei genau definierten Absatzmärkten zugeordnet. Durch diese Ausrichtung gelangt die Ware schnell und zuverlässig von den Werken in die entsprechenden Zielregionen, und die Produktion kann absatznah erfolgen.

Der Transport der Produkte erfolgt überwiegend mittels Lkw, da der Schienenverkehr angesichts der hohen logistischen Anforderungen für zahlreiche Dr. Oetker Landesgesellschaften oft keine Alternative zum Straßenverkehr darstellt. Zusätzlich spielen die regionalen Distributionsstrukturen eine wichtige Rolle: Insbesondere auf kurzen Strecken und bei der Abgabe kleiner Mengen, sogenannter Stückgutverkehre, ist der Lkw-Transport immer noch wirtschaftlicher und flexibler. Wann immer Kosten, Infrastruktur, Kundenanforderungen und Beschaffenheit der Produkte es zulassen, erfolgt jedoch die Umstellung von der Straße auf alternative Verkehrsträger wie Schiff oder Bahn. Für lange Transportstrecken, beispielsweise um Tiefkühlprodukte von Deutschland nach Italien zu liefern oder für die großen Entfernungen in Kanada sowie Australien, nutzt das Unternehmen den Schienenverkehr. Der Transport per Schiff kommt insbesondere für Verkehre zwischen Europa und Süd- und Nordamerika zum Einsatz sowie nach Großbritannien und in die skandinavischen Länder, aber auch zwischen Griechenland und Italien.



Dr. Oetker erweitert an einigen Standorten seine Lagerkapazitäten, um die Zentrallager der Produktionsstätten direkt zu versorgen.

Vor diesem Hintergrund verfolgt Dr. Oetker im Sortimentsbereich Tiefkühl-Pizza die Strategie, bei zunehmenden Mengen die Kunden ohne zusätzliche Distributionsstufen beliefern zu können. Denn jede Lagerstufe verursacht sowohl Kosten als auch nachteilige Umwelteinwirkungen in Form von Flächen- und Energieverbrauch. Nach Möglichkeit werden die Zentrallager der Key Accounts in Deutschland und in Europa von den Produktionswerken direkt versorgt. Dieser Strategie folgend, erweitert Dr. Oetker derzeit die Lagerkapazitäten an den Standorten der deutschen Tiefkühlkost-Werke in Wittlich und Wittenburg. Daraus werden sich in Zukunft weitere Potenziale ergeben, das Ziel zu erreichen, Transportmengen je Tonnage produzierter Pizza zu vermeiden oder Verkehrsträger noch besser auszulasten. Aus diesem Grund hat das Unternehmen für den Export von Tiefkühl-Pizza in eine automatische Umpalettierung im Lagerbereich investiert und kann dadurch flexibel auf neue Markt- und Kundenanforderungen reagieren. Diese ermöglicht es, die Anzahl der Lagen von Tiefkühl-Pizza-Kartons auf der Palette von der Höhe, die sich nach den deutschen Standards richtet (CCG2), auf die international empfohlene Höhe EUL1 und EUL2 umzuschichten. Für Transporte über entsprechend längere Strecken können die

Lkw somit deutlich besser ausgelastet werden als mit den ursprünglichen Paletten.

Auch beim Dr. Oetker Food-Service werden künftig beträchtliche Transportleistungen pro Jahr eingespart. Dazu hat dieser 2012 sein Lager für tiefgekühlte Produkte näher an den geografischen Mittelpunkt der Warenempfänger und gleichzeitig näher an den Produktionsort gelegt.

Veränderungen in den Lieferstrukturen führten auch bei einigen Landesgesellschaften zu einem geringeren Transportaufkommen. In Großbritannien wurde eine Lagerstufe eingespart, bevor die Ware zum Zentrallager des Kunden gelangt. Das französische Werk in Straßburg konnte durch höhere Lagerauslastung und damit einhergehende veränderte Distributionsstrukturen seine Transporte zwischen Produktionsstätte und externem Lager um zirka 15% reduzieren. Bündelungseffekte in der Produktion und veränderte Lieferstrukturen bewirkten für die Standorte in Österreich und in der Schweiz eine höhere Auslastung der eingesetzten Lkw und kürzere Lieferrouten.

Bei Dr. Oetker in Argentinien hat die Umstellung auf ein externes Lager und die dortige Kommissionierung sowie

Beladung der Lkw mit einer Vielzahl von Produkten für den Handel eine vollständige Auslastung der Lkw erzielt. Vorher wurden etwa 60% der Ladefläche genutzt. Am Standort in Kanada wird derzeit eine Produktionsstätte zur Fertigung von Tiefkühl-Pizzen errichtet. Infolgedessen wird in den kommenden Jahren der Umfang der Seetransporte von Europa nach Kanada ganz erheblich reduziert, wodurch weitere CO₂-Emissionen eingespart werden.

Optimale Auslastung der Transportkapazitäten

Um Transporte weitgehend zu vermeiden, arbeitet Dr. Oetker kontinuierlich daran, die genutzten Mehrwegladungsträger bestmöglich auszulasten. Mit speziellen Programmen wird unter Beachtung standardisierter Höhenempfehlungen die maximale Ausnutzung der Paletten umgesetzt. Paletten mit Tiefkühl-Pizza, die von Deutschland nach Russland geliefert werden, werden seit 2011 um 30% höher beladen, sodass sich die Lkw-Auslastung und damit, neben den Kosten, auch die CO₂-Emissionen verbessern. Gleiches gilt in Frankreich: Hier konnte das Ladevolumen je nach Verkehrsträger um 12% bis 33% erhöht werden. Zudem wurden im Sortimentsbereich Nahrungsmittel neue Beutelformate eingeführt, wodurch gut 40% Transportfläche je Lkw gewonnen werden konnte. Durch Änderungen bei der Palettenbestückung konnte die serbische Produktionsstätte ihre Transportaufwendungen um rund 20% reduzieren.

Dr. Oetker in Griechenland befasste sich ebenfalls mit einer verbesserten Auslastung der Paletten. Dazu arbeitete das Unternehmen bei neuen Produkten an der Umgestaltung der Umkartons. Ziel war es, die Produktlagen von bisher vier auf künftig fünf zu erhöhen.

Einsparung von Transportaufkommen durch Bündelungseffekte

Sowohl bei der Beschaffung als auch bei der Distribution sind die Bündelung der Transporte sowie die optimierte Auslastung der Verkehrsträger wesentliche Eckpfeiler zur Reduzierung der Transportaufwendungen. Die Grundlage dafür bildet ein engmaschiges Verteilernetzwerk. Dr. Oetker nutzt die regionalen Stärken und optimierten Netzwerksysteme von Logistikdienstleistern. Mit dem Ziel, die Lieferrouten effizient zu planen und das Volumen der Ladungsträger bestmöglich auszulasten, fassen Gebietsfrachtführer beispielsweise an eigenen Niederlassungen Produkte von Dr. Oetker und anderen Unternehmen der Lebensmittelbranche in einer Ladung zusammen und transportieren diese unter Ausnutzung größtmöglicher Synergien in die jeweiligen Zielregionen. Insbesondere bei dem Transport kleiner Mengen ist die unternehmensübergreifende Kombination von Warenströmen sehr vorteilhaft, da sowohl bei der Abholung der Waren als auch bei deren Zustellung erhebliche Bündelungseffekte entstehen und die Transportkapazitäten weitest möglich ausgelastet werden. Fer-

Zur Vermeidung von Transporten arbeitet Dr. Oetker kontinuierlich an der Optimierung von Verpackungen und der bestmöglichen Bestückung der Paletten.



Umwelt- und Klimaschutz
S. 62



Bei der Auslieferung zum Kunden wird die vollständige Auslastung der Verkehrsträger angestrebt.

ner wird bei einer Direktlieferung zum Kunden die Vollausslastung von Ladungsträgern und Lkw angestrebt. Hierdurch werden zusätzliche Transporte vermieden, Kosten eingespart und Umweltbelastungen durch unnötige CO₂-Emissionen wirkungsvoll reduziert.

Zuverlässige Logistikpartner

Damit die Produkte das ganze Jahr über zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind und den Kunden und Endverbrauchern in ausreichender Menge und bester Qualität zur Verfügung stehen, benötigt Dr. Oetker zuverlässige Logistikpartner, die den hohen Qualitätsvorgaben des Unternehmens entsprechen. Dr. Oetker unterhält keinen eigenen Fuhrpark, sondern arbeitet mit Spediteuren zusammen, die über ein ebenso komplexes wie flexibles Standort- und Distributionsnetz verfügen. Zudem achtet das Unternehmen darauf, dass die Transportfahrzeuge der Logistikdienstleister auf dem modernsten technischen Stand sind und die aktuellen Abgasnor-

men erfüllen. In regelmäßigen Abständen prüft und bewertet Dr. Oetker seine Logistikdienstleister.

Carbon Footprint

Für seine Produktion hat Dr. Oetker seit langem umfassende Systeme aufgebaut, um verschiedene Energieverbrauchsdaten zu erfassen, Einsparpotenziale zu ermitteln und damit den Emissionsausstoß zu senken. Dr. Oetker strebt an, diese Dokumentation auch in der Logistik umzusetzen. Die Erfassung der durch Logistik und Transport der Produkte verursachten CO₂-Emissionen gestaltet sich derzeit noch schwierig, da Dr. Oetker Logistikunternehmen beauftragt und keinen Zugriff auf deren Daten wie Kraftstoffverbräuche, Leerfahrten, Fahrzeugrouten und -auslastungen hat. Auf EU-Ebene wird an einer Norm gearbeitet, die Methoden beschreibt, die zur Schätzung von Verbrauchs- und Emissionsdaten verwendet werden können, wenn keine eigenen Messdaten vorliegen. Dr. Oetker wird die Anwendung dieser Norm für sich prüfen und bei positiver Betrachtung umsetzen.

Einsatz globaler Standards

Die Dezentralität der Dr. Oetker Landesgesellschaften stellt sicher, dass marktnahe Entscheidungen vor Ort getroffen werden. Bedingt durch die globale Zunahme von Warenbewegungen werden die Abläufe entlang der gesamten logistischen Kette allerdings immer komplexer. Daher wird in der Logistik von Dr. Oetker das Ziel verfolgt, die Zusammenarbeit der Landesgesellschaften zu intensivieren. Durch die Einführung global abgestimmter Standards, die für alle Landesgesellschaften gel-

← Produktion S. 42



Jede Palette ist mit einem EAN-128 Barcode versehen, sodass die Rückverfolgung in allen Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebsstufen immer gewährleistet ist.

ten, werden Prozesse auch mit Lieferanten und Handelspartnern effizienter gestaltet und Synergieeffekte zur Transportbildung und transparenter Lagerhaltung realisiert. Dazu orientiert sich Dr. Oetker an den Standards der weltweit tätigen Organisation GS1 und arbeitet aktiv an der Weiterentwicklung und Umsetzung mit. Für eine lückenlose Warenrückverfolgung wird bei Dr. Oetker jede Palette beispielsweise mit einem Etikett gemäß GS1-128 ausgestattet. Dieser internationale Standard ist mit einem unverwechselbaren und eindeutigen Code versehen und enthält unter anderem die Nummer der Versandeinheit, die Artikelmenge, das Mindesthaltbarkeitsdatum und die Produktionscharge. Durch die elektronische Erfassung und Verfolgung über die Logistikkette lassen sich sowohl die Art der Ware als auch der Transportweg vom Absender zum Empfänger sowie der Lieferzeitpunkt identifizieren.



Ausblick und Ziele

Ein sich verändernder Logistikmarkt rückt nachhaltige Logistikkonzepte immer stärker in den Fokus. Daher wird auch zukünftig in der Logistik von Dr. Oetker das Thema Nachhaltigkeit kontinuierlich ausgebaut und sich sowohl auf infrastrukturelle Investitionsvorhaben als auch auf Prozessgestaltungen positiv auswirken.

Der bereits begonnene Ausbau der Lagerkapazitäten im deutschen Werk Wittenburg soll im Jahr 2013 erfolgen, die Erweiterung des Lagers im Werk Wittlich ist für 2014 geplant. Mit Fertigstellung der neuen Produktionsstätte am Standort in Kanada – voraussichtlich Anfang 2014 – wird der Umfang der Transatlantik-Transporte stark verringert und damit weitere Treibhausgasemissionen eingespart.



www.gs1-germany.de

Verbraucher

Kundentreue über Jahre und sogar Jahrzehnte halten zu können, das ist eines der zentralen Ziele von Dr. Oetker. Denn die langfristige Beziehung zu den Kunden sichert die nachhaltige Wertschöpfung des Unternehmens. Deshalb spielen Produktqualität und -vielfalt, die Kenntnisse über die Kundenwünsche sowie der Dialog mit den Konsumenten eine außerordentlich wichtige Rolle.

Dr. Oetker Versuchsküche

Die Dr. Oetker Versuchsküche bürgt seit mehr als 100 Jahren für die Gelingensicherheit der Dr. Oetker Produkte. Hier werden neu entwickelte Produkte vor Markteinführung getestet, Zubereitungsanleitungen erstellt und Rezepte entwickelt. Diese Aufgaben erfolgen stets unter haushaltsüblichen Bedingungen. Das bedeutet, die Mitarbeiter der Dr. Oetker Versuchsküche verwenden für die Zubereitung von Produkten und Rezepten Küchengeräte, die in den Haushalten üblich sind. Im Rahmen von Seminaren und Vorführungen zu den Themen Backen, Kochen und Einmachen geben die Fachkräfte der

Dr. Oetker Versuchsküche ihr umfangreiches Wissen weiter.

Verbraucherservice

Dr. Oetker bleibt als Hersteller nicht anonym, sondern ist kompetenter Ansprechpartner für Verbraucher. Seit mehr als 40 Jahren beantworten die Mitarbeiter des Verbraucherservices alle Fragen zu Inhaltsstoffen, allergen wirkenden Zutaten, Nährwerten, Rezepten und vielem mehr. Mit der Angabe von Kontaktdaten auf jeder Produktpackung wird den Konsumenten in Deutschland die Möglichkeit geboten, direkt mit den erfahrenen Fachkräften

Die Mitarbeiter der Dr. Oetker Versuchsküche testen Rezepte und Produkte unter verbrauchertypischen Bedingungen.



www.oetker.de

der Dr. Oetker Versuchsküche in Verbindung zu treten. Viele Landesgesellschaften haben darüber hinaus einen eigenen Verbraucherservice vor Ort.

suchsküche in Deutschland einen direkten Service für Allergiker an.

Informationen zur bewussten Ernährung

Das Unternehmen setzt sich mit den unterschiedlichsten Verbraucherthemen auseinander und informiert mittels diverser Kanäle zu Themen der Ernährungsgesundheit. Dazu bietet Dr. Oetker beispielsweise auf seiner Homepage ein umfassendes Ernährungsportal, das wertvolle Fakten und Anforderungen an das tägliche Essen und Trinken beschreibt. Im Sinne einer ausgewogenen Ernährung informiert das Unternehmen beispielsweise über die einzelnen Bausteine der Lebensmittel, zum Wasser allgemein sowie zum Energiehaushalt. Zudem unterhält das Unternehmen Datenbanken mit Nährwerttabellen für sämtliche Dr. Oetker Produkte, um diese den Verbrauchern umfangreich zur Verfügung stellen zu können.

Des Weiteren hat Dr. Oetker ein Lebensmittel-Lexikon aufgelegt, das als Buch sowie online auf der Homepage verfügbar ist. Mit mehr als 8000 Begriffen bietet das Nachschlagewerk dem Verbraucher unter anderem Informationen zu Lebensmitteln, Inhaltsstoffen, Ernährungsphysiologie, technologischen und rechtlichen Aspekten.

Verbraucherschutz

Die Zufriedenheit seiner Kunden ist Dr. Oetker ein besonderes Anliegen, denn nur zufriedene Kunden bleiben der Marke treu. Das Unternehmen räumt daher der Einhaltung lebensmittelrechtlicher Vorschriften auf nationaler und internationaler Ebene einen hohen Stellenwert ein. Dies findet insbesondere Anwendung bei der Beurteilung von Marketingkonzepten, Werbematerialien und bei der Erstellung der Verpackungsdeklaration und -gestaltung.

Die spezifischen Bedürfnisse verschiedener Verbraucher berücksichtigt das Unternehmen ebenfalls und liefert Informationen zum Umgang mit Lebensmittelallergien und -unverträglichkeiten, Diabetes, Zöliakie sowie Adipositas. Mit Hilfe der „Allergensuche“ können Betroffene die kennzeichnungspflichtigen Allergene der Dr. Oetker Produkte abfragen, die individuell eine Allergie oder Unverträglichkeit auslösen können. Die somit erstellte Liste hilft bei der Entscheidung, welche Lebensmittel bedenkenlos in den jeweiligen Ernährungsplan aufgenommen werden können und welche nicht. Bei darüber hinausgehenden Anfragen hilft der Dr. Oetker Verbraucherservice gerne weiter. Gleichzeitig bietet die Dr. Oetker Ver-

Dr. Oetker ist bestrebt, das Produkt auf den Verpackungen möglichst so abzubilden, wie es am besten zubereitet und serviert wird. Vor allem aber muss sichergestellt sein, dass die Verpackungsbeschriftung alle für den Verbraucher notwendigen Informationen enthält und die umfassenden rechtlichen Vorschriften zur Produktdeklaration und Verbraucherinformation berücksichtigt. Änderungen in rechtlichen Vorschriften werden daher verfolgt und die notwendigen Änderungen zeitnah umgesetzt. Die verwendeten Zutaten werden in den Zutatenlisten der jeweiligen Produkte aufgeführt und in absteigender Gewichtsreihenfolge im Zutatenverzeichnis auf der Produktverpackung angegeben.

www.oetker.de



www.oetker.de



www.oetker.de



Die Mitarbeiter der Abteilung Lebensmittelrecht stellen sicher, dass alle Dr. Oetker Produkte den lebensmittelrechtlichen Vorschriften entsprechen.

Nährwertangaben

Im Sinne einer verantwortungsvollen Verbraucherinformation hat das Unternehmen bereits vor Jahren freiwillig ein einheitliches Kennzeichnungsmodell zur Darstellung von Nährwertangaben sowie die Angabe der prozentualen Tagesbedarfsanteile auf nahezu allen Produkten eingeführt. Ziel ist es, Verbrauchern mit diesen Angaben Orientierung und Entscheidungshilfen für eine ausgewogene und bewusste Ernährung zu geben.

Die Kennzeichnung umfasst Angaben zum Brennwert (Energie) und zu den wichtigen Nährstoffen – Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß und Salz. Die Nährwertempfehlungen für den Tagesbedarf orientieren sich an den Referenzmengen für einen durchschnittlichen Erwachsenen (8400 kJ/2000 kcal). Grundlage hierfür bilden die lebensmittelrechtlichen Vorschriften der europäischen Lebensmittelinformationsverordnung (EU 1169/2011). Bei den empfohlenen Portionsgrößen orientiert sich das Unternehmen am nationalen und internationalen Wettbewerbsumfeld, das diese Mengen allgemein empfiehlt. Die Angaben beziehen sich entweder auf das reine Produkt bzw. wenn das Produkt noch zubereitet werden muss, auf das zubereitete Produkt. Somit kann der Verbraucher die verzehrfertigen Pro-

dukte verschiedener Anbieter leichter miteinander vergleichen.

Kalorienberechnung

Der tatsächliche Tageskalorienbedarf ist jedoch individuell höchst verschieden und hängt von einer Vielzahl von Parametern ab. Aus diesem Grund hat das Unternehmen auf seiner Homepage einen Kalorienrechner konzipiert, der das individuelle Alter, das Geschlecht und die Bewegungsaktivitäten berücksichtigt. Zusätzlich kann nach Auswahl eines beliebigen Dr. Oetker Produkts der prozentuale Energieanteil, den eine Portion deckt, individuell berechnet werden. Dr. Oetker ist somit sehr bemüht, dem Verbraucher einfach und übersichtlich die Energie- und Nährstoffgehalte seiner Produkte zur Verfügung zu stellen.

Die Energieempfehlungen beruhen auf den Kalorienberechnungen für normalgewichtige Personen. Die speziellen Bedürfnisse bestimmter Verbrauchergruppen wie Schwangeren, älteren Menschen, Kindern und Jugendlichen oder Menschen, die infolge bestimmter Erkrankungen auf eine spezielle Ernährung achten müssen, werden hierüber nicht abgebildet. Hintergrund ist, dass das Unternehmen einzelne Entwicklungsstadien bei Heranwachsenden oder Krankheitsverläufe nicht beurteilen

 www.oetker.de



Bereits seit Jahren macht Dr. Oetker freiwillig Angaben über Energie- und Nährwerte in seinen Produkten.

Gütesiegel zur Produktwerbung setzt das Unternehmen derzeit nicht ein. Vielmehr achtet Dr. Oetker beim Einkauf seiner Rohwaren darauf, dass diese genaue Anforderungen erfüllen. Dazu hat das Unternehmen eigene Einkaufsstandards entwickelt.

 Einkauf
S. 36

Vertrauensvoller Umgang mit Kundendaten

Vertrauen spielt auch im Umgang mit Kundendaten eine große Rolle. Die Einhaltung gesetzlicher Datenschutzbestimmungen und der Schutz personenbezogener Kundendaten werden von allen Dr. Oetker Landesgesellschaften sehr ernst genommen. Daher beachtet das Unternehmen den Grundsatz der Datenvermeidung und Datensparsamkeit. Bei der Erfassung, Nutzung, Verarbeitung und Speicherung von personenbezogenen (Kunden-)Daten stellt das Unternehmen durchgängig die Einhaltung aller anwendbaren Datenschutzregelungen sicher. Zu keinem Zeitpunkt findet die unbefugte Weitergabe der Informationen an Dritte statt. Flankiert werden diese Maßnahmen durch die Sicherheit der IT-Systeme selbst als auch durch den Zugriffsschutz.

Ausblick und Ziele

Die Zufriedenheit der Kunden ist und wird auch in Zukunft immer ein besonderes Anliegen von Dr. Oetker sein. Daher wird sich das Unternehmen auch künftig immer weiter mit unterschiedlichsten Verbrauchertemen auseinandersetzen und Produkte auf den Markt bringen, die sich an den Wünschen und Bedürfnissen der Verbraucher orientieren. Seinem Qualitätsversprechen werden das Unternehmen und die Marke dabei immer treu bleiben.

 Produktentwicklung
S. 30

kann und für eine optimale Beurteilung der Rat durch entsprechende Spezialisten wie Ärzte erforderlich ist. Einen objektiven Überblick können Verbraucher sich zudem anhand der Nährwert- und Kalorienangaben pro 100 Gramm verschaffen.

Umgang mit Werbung

Das Unternehmen Dr. Oetker betrachtet Werbung und Marketing als einen unverzichtbaren Teil in einer offenen, selbstbestimmten Gesellschaft. Sie spielt eine fundamentale Rolle in einem fairen und lauterem Wettbewerb. Werbung ist aber auch eine allen Konsumenten zugängliche Information über die Produkte, bietet Orientierungshilfe und dient der Markenentscheidung innerhalb einer Produktgruppe. Kinder und Jugendliche müssen dazu befähigt werden, mit der Werbung, die sie umgibt und der sie täglich begegnen, umzugehen und sie richtig einzuschätzen. Die Vermittlung von Medienkompetenz sollte dabei Gegenstand der Erziehung durch Erziehungsberechtigte und Bildungseinrichtungen sein. Zugleich tragen Unternehmen wie Dr. Oetker Verantwortung dafür, die Unbedarftigkeit von Kindern nicht auszunutzen, sondern ihrer Schutzbedürftigkeit durch verantwortungsbewusste Bewerbung der Produkte Rechnung zu tragen. Dr. Oetker folgt daher den entsprechenden Regeln des Deutschen Werberates.

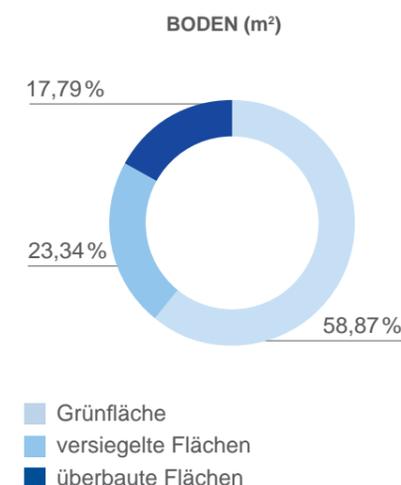
 www.werberat.de



Dem Umwelt- und Klimaschutz verpflichtet

Der Schutz der Umwelt hat bei Dr. Oetker einen besonderen Stellenwert und ist fest in die Unternehmensführung integriert. Auf diese Weise konnten bereits hohe Umweltstandards erreicht werden. Ungeachtet dessen wird stets das Ziel verfolgt, Belastungen für die Umwelt kontinuierlich zu reduzieren. Um Produkte und Abläufe weiter zu optimieren, werden anspruchsvolle Ziele sowie konkrete Maßnahmen formuliert und deren Erreichung regelmäßig überprüft.

Der größte Anteil der Werksgebiete besteht aus Grünflächen. Nach Neu- und Umbaumaßnahmen werden, wo vereinbar, vielerorts Flächenentsiegelungen durchgeführt und Lebensraum für Flora und Fauna bestmöglich berücksichtigt. Einer Tradition folgend wird in jedem Jahr an allen europäischen Dr. Oetker Standorten der „Baum des Jahres“ gepflanzt.



An den Standorten Bielefeld und Oerlinghausen waren im Berichtszeitraum 2011/2012 weitere Erfolge bei der Reduktion des Energieverbrauchs zu verzeichnen. Durch gezieltes Monitoring und das konsequente Nachhalten der Energieverbräuche wurde der Stromverbrauch 2012 mit 335,3 kWh je Tonnage Fertigprodukt gegenüber der vorherigen Berichtsperiode nahezu konstant gehalten. Am Produktionsstandort Oerlinghausen konnten mit der Installation mehrerer Abgaswärmetauscher und der Nutzung der Abwärme der Kältekompressionsanlage jährlich rund 380.000 kWh Fernwärme eingespart werden. Damit verringerten sich die CO₂-Emissionen um 0,1 Tonnen pro Jahr. Für die Vermeidung unkontrollierter Energieverluste wurde zusätzlich der Heizungsverteiler mit modernster Regelungstechnik ausgestattet.

Im Werk Moers stand die Reduktion der Druckluftleckagen in ruhendem Betrieb im Fokus. Durch konsequente Nachverfolgung der Leckagen konnten 2012 zir-

ka 400.000 kWh gegenüber dem Vorjahr eingespart werden. Zudem wurden im zurückliegenden Berichtszeitraum die Isolierungen an den Rampentoren verbessert, sodass bei angedockten Lkw kein unkontrollierter Luftaustausch stattfindet und damit der Energieverbrauch für die Kühlung langfristig reduziert wird. Darüber hinaus wurde bereits 2011 eine hochmoderne Batterieladestation in Betrieb genommen. Neben der Verlängerung der Batterielebensdauer durch EDV-gestützte und -kontrollierte Überwachung des Ladevorgangs konnte so der Stromverbrauch reduziert werden. Eine weitere Maßnahme zur Stromeinsparung war die Installation von Bewegungssensoren in weniger frequentierten Lagerbereichen. Auf diese Weise wird das Kunstlicht nur bei

Bedarf eingeschaltet. Außerdem wird der Einsatz einer effizienteren LED-gestützten Beleuchtungstechnik geprüft.

Beim Dr. Oetker Werk in Wittlich stand der Ausbau des Energiemanagementsystems im Vordergrund der Umwelt- und Klimaschutzaktivitäten. Systematisch wurden Energiemesszähler installiert und das Energiemonitoringsystem erweitert. Ein Projekt zur Senkung des Energieverbrauchs wurde 2011 mit dem Einbau einer witterungsgeführten Kondensationsdrucksteuerung an der Kälteanlage erfolgreich umgesetzt. Dies ermöglicht eine Stromersparnis von jährlich 450.000 kWh. Darüber hinaus wurden Wärmerückgewinnungsmaßnahmen realisiert: So wird die Abwärme der Kleinkälteanlagen der Gärshränke jetzt zur Einspeisung in den Energiekreislauf genutzt. Außerdem wurden in der Produktion Kreuzwärmetauscher installiert. Auf diese Weise wird Energie zurückgewonnen, die nicht mehr fossil beheizt

werden muss. Die eingesparte Heizenergie beträgt 280.000 kWh jährlich; zuzüglich der Wärmerückgewinnung am Kühlturm ergibt sie eine Reduktion von 720.000 kWh. Somit können fast 80 Tonnen CO₂-Emissionen im Jahr nachhaltig eingespart werden. Mit der Abgassteuerung an der Kälteanlage zum Betrieb des Abtauprogramms sowie der Optimierung der Steuerungsanlage werden noch einmal zusätzlich zirka 285.000 kWh im Jahr eingespart. Geplant ist darüber hinaus die Reduzierung des Frischwasseranfalls. Bei der Vorreinigung von Siebanlagen in der Vorklärungsanlage wird zukünftig Grauwasser eingesetzt. Damit werden mehr als 5.000 m³ kostbares Trinkwasser pro Jahr eingespart.

Mit dem Bau des Hochregallagers für Tiefkühlprodukte am Standort Wittenburg wurden ebenfalls zahlreiche Reduktionsmaßnahmen im Energiesektor umgesetzt, mit dem Erfolg, dass jedes Jahr 720 Tonnen CO₂ eingespart werden können. Zusätzlich wurde im Hochregallager ein neuer Unterfrierschutz installiert und der intelligent orientierte Kältekreislauf für die Tiefkühlager neu ausgerichtet. Das pneumatische Druckniveau bei den Druckluftkompressoren konnte um 1 bar reduziert werden. Damit wird das ambitionierte Ziel verfolgt,

←
Logistik
S. 52

jährlich rund 870.000 kWh weniger Strom zu benötigen. Überdies konnte durch die Optimierung der Produktionslinien der Energieverbrauch pro Tonne Fertigprodukt um 2% reduziert.

In Ettlingen wurde neben dem konsequenten Ausbau des Energiemonitoringsystems das Verwaltungsgebäude revitalisiert. Die Vorgaben der Energiesparverordnung wurden um 3% unterschritten. Mit der Wärmerückgewinnung bei der Druckluftherzeugung in der Produktion und der damit verbundenen Installation eines Wärmetauschers erfolgt die Brauchwassererwärmung für die Warmwassererzeugung im Sozialbereich. Weitere Maßnahmen zur Energieeinsparung waren der fortschreitende Austausch von konventionellen Leuchtmitteln gegen LED-Leuchtmittel in der Produktion und die Festlegung der Arbeitsplatzbeleuchtung in verschiedenen Schaltkreisen, sodass die Beleuchtung nun punktgenau geschaltet werden kann.

Durch stetige Potenzialanalyse konnte am britischen Standort Leyland der Gasverbrauch um 4% je Tonnage Fertigerzeugnis und der Stromverbrauch um 6% reduziert werden. Zudem wurden in der Verwaltung die Steuerungseinheiten der Klimaanlage angepasst und damit eine Stromminderung von 4% bewirkt.

Das Energiemonitoring wurde auch am Standort Leeuwarden in den Niederlanden ausgebaut, um weitere Einsparpotenziale im Energiebereich zu ermitteln. Überdies wurden die innerbetrieblichen Prozessabläufe zur Abfallentsorgung verbessert und damit die Trennschärfe erhöht. Eine weitere Umweltmaßnahme im Jahr 2012 war die Modernisierung der Reinigungsdosierstation. Aufgrund dessen konnte der Einsatz von Reinigungsmitteln anlagebezogen um



Um Erfahrungen mit dem Einsatz von Elektroautos zu sammeln, wurde zunächst für die Mitarbeiter der Bielefelder Versuchsküche ein entsprechendes Auto angeschafft.

5% reduziert werden; der Einsatz von Frischwasser um 8%.

Die Reinigungsprozesse wurden auch im französischen Werk Schirmeck optimiert. Mit dem Einsatz einer neuen Reinigungsstation erfolgt nun die zentrale und exakte Dosierung der Reinigungsmittel. Im Mittelpunkt der Umweltaktivitäten stand zusätzlich der Aufbau eines Energiemonitoringsystems, mit dem der erste Schritt zur Implementierung eines Energiemanagementsystems vollzogen wird. Überdies grenzt das Werk an ein Schutzgebiet. Hier kommt das Unternehmen Dr. Oetker den hohen gesetzlichen Sicherheitsstandards in vollem Umfang nach. Im gleichen Berichtszeitraum wurde am Standort Straßburg die zentrale Absauganlage erweitert. Damit wurden die Staubemissionen gemindert, was zu einer weiteren Verbesserung der Arbeitsbedingungen führte. Weitere Maßnahmen am Straßburger Standort waren die Installation eines intelligenten Steuerungssystems für die Beleuchtungsanlagen im Logistikbereich sowie die Überarbeitung der Sozialräume unter den Gesichtspunkten des Energie- und Wassersparens.

Am italienischen Standort Desenzano wurde 2011 die Markenausstellung

 www.terracycle.de

Ausgediente Stifte werden gesammelt und zu neuen Gebrauchsgegenständen recycelt.



Dolce Casa eröffnet. Der Bau des Gebäudes erfolgte nach modernsten Umwelt- und energetischen Aspekten. In der Produktion wurden 2012 durch den Einsatz eines intelligenten Steuerungssystems an den Druckluft- und Kompressoranlagen die Energieeffizienz und Energieeinsparung gesteigert.

Nach den umfangreichen Investitionen der vergangenen Jahre konnten an den polnischen Standorten hohe Umweltstandards erzielt werden. Darüber hinaus wurden die Energieverbräuche verringert und das Abfallmanagement optimiert. Die Werkserweiterung in Plock wurde erfolgreich unter Energieeffizienzgesichtspunkten durchgeführt. Dazu wurde die Heizungsverteilung modernisiert und konventionelle Beleuchtung gegen moderne Beleuchtungssysteme getauscht, und in den Sozialräumen wurden Präsenzmelder installiert. Die Einrichtung von frequenzgeregelten Elektromotoren im Bereich der Produktionsanlagen bewirkte eine weitere Reduktion des Energiever-

brauchs. Außerdem konnte 2012 der Papierverbrauch in der Verwaltung um 8,5% gegenüber Vorjahr verringert werden.

Am russischen Standort Belgorod wurde das Verpackungsmaterial minimiert. Durch Verbesserung der Produktverpackungen konnte das Aufkommen gegenüber Vorjahr um 5% reduziert werden.

Infolge effizienterer interner Prozessabläufe wurde im Werk Boleraz (Slowakei) der Energieverbrauch im Jahr 2011 um 1,5% reduziert. Eine weitere Einsparung in gleicher Höhe war im darauffolgenden Jahr durch den Einbau neuer Fensteranlagen sowie detaillierter und intelligenter Temperaturüberwachung in der Produktion möglich. Durch konsequente und nachhaltige Ausgestaltung der Abfalltrennung konnte der Anteil an recyclingfähigen Abfallstoffen um gut 18 Tonnen erhöht werden.

Am tschechischen Produktionsstandort Kladno wurde der Wasserverbrauch durch den Einsatz moderner, verbrauchsarmer Armaturen begrenzt. Weitere Einsparungen ergaben sich durch die Optimierung der Heizungsanlage. Aufgrund dieser Maßnahme wurde der Gasverbrauch um 3% gemindert.

Im Werk Jánossomorja in Ungarn lag das Augenmerk auf der Reduktion von Abfällen und Verpackungsaufkommen. Durch die Erhöhung der Trennschärfe konnten Abfälle dem Wertstoffkreislauf wieder zugeführt werden, und das Abfallaufkommen zur Beseitigung ging um rund 40% zurück. Ferner wurden die Verpackungsmaschinen qualitativ verbessert, was zu einer Reduktion des Verbrauchs von Stretchfolie um 20% führte.

Das rumänische Werk in Curtea de Arges sparte durch Optimierung der

An sämtlichen Dr. Oetker Standorten wird die konventionelle Beleuchtung gegen LED-Beleuchtung ausgetauscht, wie hier in der Dr. Oetker Welt in Bielefeld.



Im Rahmen seines gesellschaftlichen Engagements führte Dr. Oetker Rumänien ein lokales Aufforstungsprojekt unter Einbeziehung seiner Mitarbeiter durch.

Produktverpackungen und den Einsatz modernster Verpackungsmaterialien reduzierte seinen Papierverbrauch aufgrund zunehmender Sensibilisierung der Mitarbeiter.

Auch am türkischen Standort Izmir wurden Umweltschutzmaßnahmen erfolgreich umgesetzt. Durch neue Technik im Bereich der Verpackungsmaschinen und durch den Einsatz von modernstem Verpackungsmaterial konnte 2012 das produktbezogene Verpackungsaufkommen gegenüber Vorjahr um 18% verringert werden. Erste Erfolge zeichnen sich auch bei der Implementierung eines Energiemonitoringsystems ab. Das konsequente Nachhalten der Verbräuche ergab eine Reduzierung im Bereich Erdgas um 2% gegenüber dem Vorjahr. Dies erfolgte durch die Nutzung der Abwärme aus dem Kälteprozess der Tiefkühl-Produktion zur Brauchwassererwärmung sowie der damit verbundenen Verringerung des Gasverbrauchs. Erfreulicherweise konnte zudem der Druckluftverbrauch durch gezieltes Monitoring um 10% reduziert werden; damit einher geht auch eine Senkung des Stromverbrauchs. Durch die Benutzung von Grauwasser bei der Bewässerung von Außenanlagen wurde eine zusätzliche Trinkwasserreduktion von 9.000 m³ im Jahr erreicht.

Bei Dr. Oetker Kanada konnte 2011 ein Projekt zur Verringerung der Abwas-

serfrachten erfolgreich abgeschlossen werden. Im darauffolgenden Jahr stand die Optimierung der internen Prozesse der Abfallströme im Vordergrund. Durch Sensibilisierung der Mitarbeiter und Erhöhung der Trennschärfe konnten mehr als drei Tonnen an Wertstoffen dem Recyclingkreislauf zugeführt werden.

Am brasilianischen Standort São Paulo wurde im Berichtszeitraum die Implementierung des integrierten Umweltmanagementsystems erfolgreich abgeschlossen und nach ISO 14001 zertifiziert.

Ausblick und Ziele

Die Senkung des Energieverbrauchs und die damit verbundene Verringerung des Emissionsausstoßes bilden weiterhin einen Schwerpunkt der Aktivitäten zum Umwelt- und Klimaschutz des Unternehmens. Dazu werden unter anderem die Visualisierung der Energieverbräuche und Steuerungssysteme weiter ausgebaut. Ein umfangreiches Projekt dahingehend bildet insbesondere der derzeitige Bau einer Produktionsstätte zur Fertigung von Tiefkühl-Pizzen am Standort Kanada. Infolgedessen wird in den kommenden Jahren der Umfang der Seetransporte von Europa nach Kanada erheblich reduziert, wodurch weitere CO₂-Emissionen eingespart werden.

← Produktion S. 42

← Logistik S. 51



Motivierte Mitarbeiter als Erfolgsfaktor

Mitarbeiter mit ihren Persönlichkeiten, Fähigkeiten und Ideen sind der wichtigste Erfolgsfaktor für Unternehmen. Das Ziel der sozial verantwortlichen Personalpolitik von Dr. Oetker ist es, diese Mitarbeiter möglichst dauerhaft an das Unternehmen zu binden und durch die Gewinnung neuer Talente den nachhaltigen Unternehmenserfolg zu sichern. Dazu orientiert sich Dr. Oetker an den lokalen Maßstäben seiner jeweiligen Standorte, da die vor Ort eingesetzten Instrumente stärker gesellschaftlichen und kulturellen Faktoren folgen.

Künftige Anforderungen

Dr. Oetker wächst und entwickelt sich kontinuierlich weiter. Die zunehmende Internationalisierung lässt sich sowohl an der regionalen Umsatzverteilung als auch an der Belegschaftsstruktur ablesen. Gleichzeitig stellen die rasante wirtschaftliche und technische Entwicklung ebenso neue Anforderungen an das Unternehmen wie auch gesellschaftliche Veränderungen. Insbesondere die westlichen Industriestaaten sind von einer demografischen Entwicklung betroffen, die durch sinkende Einwohnerzahlen, ein steigendes Durchschnittsalter und einen damit einhergehenden Fachkräftemangel gekennzeichnet ist.

Um in diesem Umfeld langfristig erfolgreich zu sein, setzt Dr. Oetker auf gut ausgebildete, engagierte und motivierte Mitarbeiter. Daher sind dem Unternehmen Nachwuchsrekrutierung und Ausbildungsförderung ebenso besondere Anliegen wie Gesundheitsschutz und Altersvorsorge für die Mitarbeiter.

Grundsatz der Gleichbehandlung

Dem Unternehmen Dr. Oetker ist es wichtig, die Vielfalt seiner Mitarbeiter anzuerkennen und ihnen ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist. Alle Mitarbeiter sollen Wertschät-

zung und Chancengleichheit erfahren, unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. Denn das Unternehmen ist überzeugt, dass Mitarbeiter sich so mit ihrem Unternehmen identifizieren und ihre Begeisterung dafür auf Kunden und Geschäftspartner übertragen. Die Bedeutung dieser im Unternehmen bereits gelebten Kultur der Fairness und Wertschätzung hat Dr. Oetker durch die Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ noch einmal hervorgehoben.

 www.charta-der-vielfalt.de



Nachhaltige Beschäftigungspolitik

Eine nachhaltige Beschäftigungssicherung nimmt bei Dr. Oetker einen außerordentlich hohen Stellenwert ein. Durch die Erschließung und den Ausbau neuer Märkte ist der Anteil der Mitarbeiter in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. Bemerkenswert ist die im Durchschnitt langjährige Betriebszugehörigkeit von rund 15 Jahren. Jubiläen von 25 bis 40 Jahren sind bei Dr. Oetker keine Seltenheit und werden besonders gewürdigt. Dabei sind mehr als 75 % der Belegschaft unter 50 Jahre alt. Die geringe Personalfuktuation spiegelt den

Erfolg einer auf langfristige Bindung bedachten Mitarbeiterpolitik sowie die hohe Identifikation mit dem Familienunternehmen wider. In Deutschland liegt die Fluktuationsquote regelmäßig unter 2% und international ist sie im Durchschnitt geringer als 7%.

Abstand von drei Jahren, in anderen Landesgesellschaften werden Mitarbeiterbefragungen aufgrund der Größe der jeweiligen Standorte individuell nach Bedarf umgesetzt. Innerhalb der Arbeitsbereiche, in denen die Mitarbeiterzufriedenheit noch weiter gesteigert werden kann, werden Maßnahmen entwickelt und zeitnah umgesetzt.

Auch für Hochschulabsolventen ist Dr. Oetker ein attraktiver Arbeitgeber. Bei Umfragen von verschiedenen unabhängigen Meinungsforschungsinstituten belegt Dr. Oetker Plätze unter den Top 50 der beliebtesten Arbeitgeber in Deutschland.

Vertrauensvolles Klima

Firmen, die nachhaltiges Wachstum anstreben, bedürfen einer Unternehmenskultur, in der sich Mitarbeiter entfalten können. Im Unternehmen Dr. Oetker wird eine „Kultur der offenen Tür“ gelebt, in der die Meinungen der Mitarbeiter willkommen sind. Die Zusammenarbeit zwischen direktem Vorgesetzten

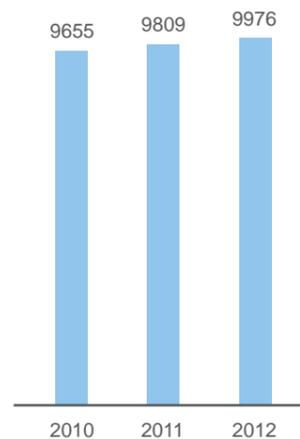
→ Das Engagement für die Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen geht zudem über die Umsetzung betrieblicher Maßnahmen hinaus.
Gesellschaftliches Engagement S. 77

Zufriedenheit der Mitarbeiter

Die Zufriedenheit der Mitarbeiter sowie ihre Identifikation mit dem Unternehmen sind wesentliche Faktoren für die Bindung der Beschäftigten an ihr Aufgabenfeld sowie an das Unternehmen. Um Arbeitsabläufe und -bedingungen kontinuierlich zu verbessern, führen einige Standorte in regelmäßigen Abständen Mitarbeiterbefragungen durch. In Deutschland sowie in einigen westeuropäischen und skandinavischen Landesgesellschaften erfolgt dies in schriftlicher und anonymer Form in einem

Als Arbeitgeber übernimmt Dr. Oetker Verantwortung für tausende Mitarbeiter weltweit.

MITARBEITERENTWICKLUNG

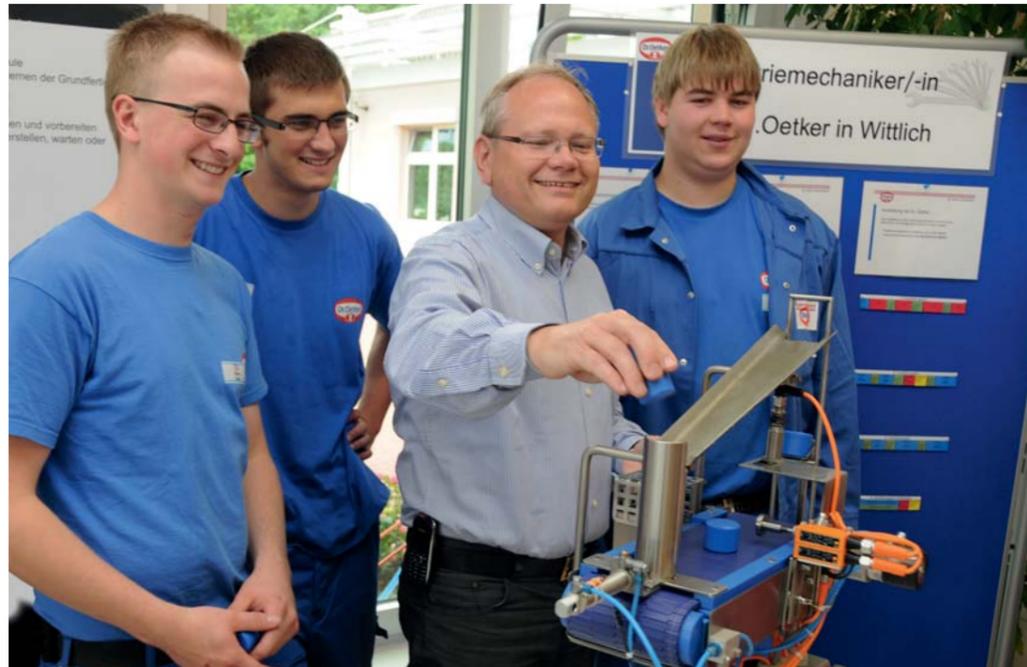


Viele Ideen für Produktneu- und -weiterentwicklungen kommen von den Mitarbeitern.

und Mitarbeitern ist von Offenheit, gegenseitigem Respekt sowie von Transparenz geprägt. Viele Neu- und Weiterentwicklungen haben ihren Ursprung in den Ideen der Mitarbeiter. Darüber hinaus sorgt ein betriebliches Vorschlagswesen – das Dr. Oetker Ideenprogramm – für die Einbeziehung der Mitarbeiter in die kontinuierliche Optimierung betrieblicher Abläufe.

Ein weiterer Eckpfeiler der Unternehmenskultur sind die systematischen Jahresgespräche, bei denen die Leistungen und Perspektiven der Mitarbeiter im Vordergrund stehen. Sie dienen

dazu, die Stärken und Verbesserungspotenziale der Mitarbeiter aufzuzeigen und sie bei ihren Aufgaben zu unterstützen. Um die Mitarbeiter bei der Erreichung der Unternehmensziele aktiv einzubinden, werden zwischen Mitarbeiter und direktem Vorgesetzten individuelle und realistische Zielvereinbarungen getroffen. Neben individuellen Gesprächen werden die Mitarbeiter durch verschiedene Veranstaltungen und interne Medien über unternehmensrelevante Themen informiert.



Die betriebliche Ausbildung ist eine besondere Form der Nachwuchsförderung in Deutschland.

Wettbewerb um Talente

Die Auswirkungen des demografischen Wandels, der in vielen Bereichen zu einer Verknappung qualifizierter Mitarbeiter führt, verstärken den Wettbewerb auf dem Personalmarkt. Dr. Oetker sucht daher gezielt Talente, um für die künftigen Herausforderungen gerüstet zu sein. Damit Studierende möglichst frühzeitig auf Dr. Oetker aufmerksam werden, führt das Unternehmen jährlich eine Reihe von internen und externen Vorträgen, Bewerbertrainings und Workshops durch. Weiterhin unterhält das Unternehmen Kooperationen mit Schulen und Hochschulen, stellt auf zahlreichen Hochschulmessen und Rekrutierungs-Veranstaltungen Kontakte her und richtet für künftige Berufseinsteiger Karriere-Tage im eigenen Unternehmen aus, wie den „Take off day“ am Standort Wittlich für interessierte Schulabgänger und die „Dr. Oetker Talent Days“ am

Stammsitz Bielefeld für engagierte Studierende. Außerdem haben qualifizierte Studierende während der Studienzeit die Möglichkeit, ihre theoretischen Kenntnisse in der Praxis anzuwenden. Ohne Erfolgsdruck können sie von den Dr. Oetker Mitarbeitern lernen und ihre Kenntnisse in anspruchsvollen Projekten unter Beweis stellen. Vollzeitstellen werden im Unternehmen Dr. Oetker grundsätzlich nicht durch Praktikanten, vermeintliche Volontäre oder Hospitanten ersetzt. Für diesen fairen Umgang mit Praktikanten wurde Dr. Oetker mit dem deutschen Siegel „Fair Company“ ausgezeichnet. Um nach dem Praktikum mit diesen potenziellen Nachwuchskräften in Kontakt zu bleiben und einen möglichen Berufseinstieg nach erfolgreichem Studienabschluss zu erleichtern, hat das Unternehmen Dr. Oetker zusammen mit den anderen Unternehmen der Oetker-Gruppe das Praktikanten-Bindungsprogramm „Stay-

 www.oetker.de

in-Touch“ entwickelt. Auf diese Weise konnten bereits an vielen verschiedenen Standorten Praktikanten nach dem erfolgreichen Abschluss ihres Studiums in ein festes Arbeitsverhältnis übernommen werden.

Nachwuchsförderung

Die Nachwuchsförderung erfolgt bei Dr. Oetker entsprechend den jeweiligen kulturellen Ausbildungssystemen der Länder. Verschiedene Standorte bieten jungen Menschen bereits frühzeitig die Möglichkeit, im Rahmen eines Schülerpraktikums erste Einblicke in ihren Wunschberuf zu erhalten. Eine besondere Form der Nachwuchsförderung ist die betriebliche Berufsausbildung. Diese Art der Fachkräfteausbildung wird nur in Deutschland angeboten. Jungen Menschen, die sich für eine Lehre im kaufmännischen oder gewerblich-technischen Bereich entscheiden, bietet Dr. Oetker eine Vielzahl fundierter Ausbildungsberufe. Im Durchschnitt stellt das Unternehmen jährlich rund 60 neue Auszubildende ein. Darüber hinaus bietet Dr. Oetker in Deutschland seit einigen Jahren verstärkt ausbildungsintegrierte Studiengänge an. Mit Beendigung der Berufsausbildung ergeben sich für die Auszubildenden und Studierenden nicht nur Übernahmechancen in ein unbefristetes Angestelltenverhältnis, sondern auch Fortbildungs- und Karriereperspektiven bei Dr. Oetker.

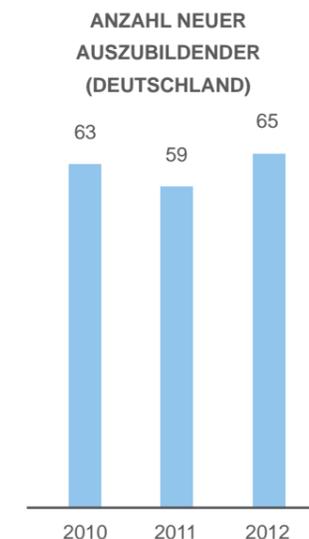
 www.oetker.de

 www.oetker.de

Anfang an einen unbefristeten Arbeitsvertrag, denn für Dr. Oetker ist die langfristige Zusammenarbeit von besonderem Interesse. Im Rahmen der Personalentwicklung wird auch ehemaligen Praktikanten oder Diplomanden eine Stelle angeboten. Da für ein international tätiges Unternehmen die Zusammenarbeit aller Mitarbeiter über die Länder- und Kulturgrenzen hinaus eine große Herausforderung darstellt, legt Dr. Oetker schon bei den Bewerbern für das Trainee-Programm besonderen Wert auf internationale Erfahrungen. Während des Programms absolvieren die Trainees einen mehrmonatigen Aufenthalt in einer anderen Landesgesellschaft, und auch nach Beendigung ihrer Trainee-Zeit haben sie die Möglichkeit, weiter an den ausländischen Standorten tätig zu sein.

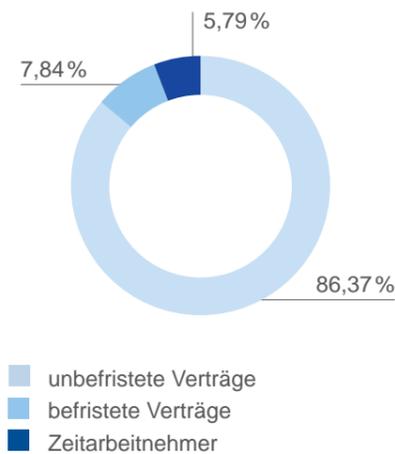
Qualifizierung der Mitarbeiter

Die Bemühungen von Dr. Oetker zielen nicht nur darauf ab, qualifizierte Mitarbeiter außerhalb des Unternehmens zu gewinnen: Dr. Oetker verfolgt die Stra-



Dr. Oetker steht für einen verantwortungsvollen Umgang mit Fach- und Führungskräften. Dies beginnt bereits beim akademischen Nachwuchs. Neben dem Direkteinstieg bieten verschiedene Landesgesellschaften Absolventen mit einem erfolgreichen Studienabschluss die Möglichkeit, in ein internationales Trainee-Programm einzusteigen. Die Trainees erhalten von

ANSTELLUNGSVERHÄLTNISSE 2012



Dr. Oetker in das Wissen, die Kreativität und soziale Kompetenz seiner Mitarbeiter. Im Mittelpunkt der nachhaltigen Personalstrategie steht folglich die Identifikation der unterschiedlichen Talente und darauf aufbauend die kontinuierliche Förderung durch gezielte Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen. Denn das hohe Qualifikationsniveau der Mitarbeiter macht den Erfolg des Unternehmens aus. Gerade wegen der zunehmenden Geschwindigkeit technologischer Neuerungen und aufgrund der stetig wachsenden internationalen Verflechtungen von Geschäftsbeziehungen ist es von großer Bedeutung, für den Aufbau und Erhalt geeigneter Kompetenzen zu sorgen und das erforderliche, lebenslange Lernen der Belegschaft zu ermöglichen.

tegie, möglichst viele Stellen durch Absolventen eigener Ausbildungsmaßnahmen zu besetzen und seine Mitarbeiter systematisch zu entwickeln und zu fördern. Menschen, die ihren Fähigkeiten und Neigungen entsprechend eingesetzt werden, können für sich und das Unternehmen optimale Leistungen erbringen. Aus diesem Grund investiert

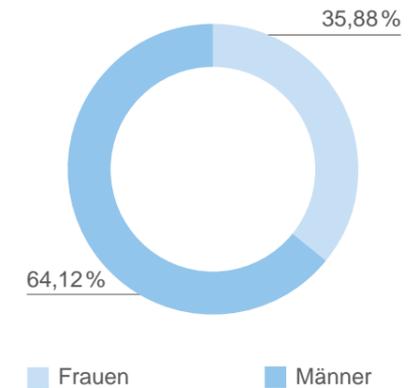
Das Weiterbildungsangebot ist in allen Landesgesellschaften breit gefächert. Es umfasst sowohl persönlichkeitsbildende Seminare und Workshops, als auch fachspezifische Fortbildungen, Sprachkurse, individuelle Coaching-Angebote sowie Führungskräfte-Schulungen und Studienförderungen. Zusätz-

Mit gezielten Programmen unterstützt Dr. Oetker die Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter.



lich werden die Mitarbeiter regelmäßig für den Umweltschutz sensibilisiert. Nach dem Trainee-Programm oder dem Direkteinstieg besteht für alle Mitarbeiter länderübergreifend die Chance, sich im International Talent Development Program zu qualifizieren. Nachwuchskräfte werden in diesem Programm systematisch auf mögliche künftige Führungsaufgaben vorbereitet.

FRAUEN UND MÄNNER IN FÜHRUNGSPOSITIONEN



Frauen in Führungspositionen

Die Erwerbstätigkeit von Frauen ist ein weiterer Aspekt des demografischen Wandels: Nie zuvor hat der Arbeitsmarkt gut ausgebildeten und hoch qualifizierten Frauen so gute Karrierechancen geboten wie heute. Gleichzeitig sind es zumeist Frauen, die zugunsten der Familienbetreuung Einschnitte in ihrer beruflichen Karriere hinnehmen. Rund 53% aller Mitarbeiter bei Dr. Oetker sind Frauen. Im Verhältnis dazu ist der Anteil weiblicher Führungskräfte innerhalb des Unternehmens noch ausbaufähig. Im Jahr 2012 waren gut 36% aller Mitarbeiter im Management Frauen. Als Arbeitgeber, der sich für die Chancengleichheit aller Mitarbeiter einsetzt und zu dessen Personalstrategie es gehört, Führungskräfte vorwiegend aus dem eigenen Nachwuchs zu rekrutieren, wird sich der Anteil von Frauen in Führungspositionen in den kommenden Jahren erhöhen.

Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter langfristig zu erhalten. Dieser Erkenntnis folgend hat Dr. Oetker seinen Arbeits- und Gesundheitsschutz in Anlehnung an OHSAS 18001 organisiert und bereits 1999 die Luxemburger Deklaration zur betrieblichen Gesundheitsförderung der Europäischen Union unterzeichnet.

Ferner hat das Unternehmen zahlreiche Modelle zur Gesundheitsförderung umgesetzt, die darauf zielen, die geistige und körperliche Fitness der Mitarbeiter zu stärken. Bei der Ausgestaltung der Gesundheitsprogramme setzen die Standorte, je nach nationalen und kulturellen Gegebenheiten, unterschiedliche Schwerpunkte. Im Vordergrund stehen dabei Früherkennung und Prävention sowie Förderung des Gesundheitsbewusstseins. Zu den vielfältigen Programmen und Projekten zählen Vorsorgeuntersuchungen, Gripeschutzimpfungen sowie die gesundheitsgerechte Gestaltung der Arbeitsbedingungen. Überdies stärkt das Unternehmen seine Mitarbeiter bei der Eigenvorsorge, indem es Messen und Aktionen zu gesunder Ernährung und Lebensweise im eigenen

Gesundheit

Sinkende Geburtenraten, eine kontinuierlich steigende Lebenserwartung und eine damit einhergehende Verlängerung der Lebensarbeitszeit werden in vielen Industriestaaten zu erheblichen Veränderungen führen. In alternden Gesellschaften wird es daher für Unternehmen zunehmend wichtiger, die

Managementssysteme S. 22



Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist Dr. Oetker ein wichtiges Anliegen, ebenso die Gesundheit seiner Mitarbeiter. Am Standort Wittlich wurde für alle interessierten Mitarbeiter ein Fitnessraum geschaffen.

Haus veranstaltet und seine Mitarbeiter bei verschiedenen Sport- und Bewegungsinitiativen unterstützt.

Altersvorsorge

Ökonomische und demografische Veränderungsprozesse haben dazu beigetragen, dass bei der Altersvorsorge und der Absicherung für den Krankheitsfall in einigen Ländern mehr private Eigenverantwortung erforderlich ist. Um auch nach dem Berufsleben über ein sicheres Einkommen zu verfügen und die freie Zeit genießen zu können, bietet Dr. Oetker seinen Mitarbeitern verschiedene Optionen, eine entsprechende Vorsorge zu treffen.

Einklang von Beruf und Familie

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist ein wichtiges Thema bei Dr. Oetker. Denn das Unternehmen ist überzeugt, dass Mitarbeiter ihre Leistungsfähigkeit bestmöglich entfalten, wenn Berufs- und Privatleben im Einklang stehen. Um dieses individuelle Zusammenspiel zu gestalten, ermöglicht das Unternehmen seinen Mitarbeitern flexible Arbeitszeitstrukturen, wie Teilzeitarbeit oder Gleitzeitregelung. Sofern es die Art der Tätigkeit zulässt, bieten verschiedene Standorte ihren Beschäftigten die Nut-

zung von Telearbeit. Eine besondere Rolle spielt die Förderung von Frauen und Männern bei der Geburt eines Kindes oder der Pflege von Angehörigen. Angebote für die ganztägige Kinderbetreuung sind eine wichtige Voraussetzung, um Frauen und Männern die Vereinbarkeit von Kindern und Karriere zu ermöglichen. Dazu haben die jeweiligen Standorte unterschiedliche Maßnahmen aufgelegt. In Deutschland wurden beispielsweise für die Rückkehr aus der Elternzeit Rückkehrprogramme etabliert. Zudem hilft das Unternehmen bei der Suche nach Tagesmüttern, Krippenplätzen oder Hausaufgabenbetreuung und bietet Ferienbetreuungsmöglichkeiten für Mitarbeiterkinder an. Weiterhin steht ein vom Unternehmen unterstützter Kindergarten am Bielefelder Stammsitz für den Nachwuchs der Mitarbeiter offen. Mitarbeitern, die Angehörige pflegen müssen, bietet Dr. Oetker Beratung und Information und kommt ihnen mit flexiblen Arbeitszeitmodellen entgegen. Ferner bestehen in Deutschland Kooperationen mit Familienberatungsstellen.

Vor dem Hintergrund geringer staatlicher Leistungen unterstützt die Landesgesellschaft in Polen ihre Mitarbeiter bei der Geburt eines Kindes oder der Pflege von Angehörigen durch finanzielle Zuschüsse aus einem Sozialfonds.

Förderung ehrenamtlicher Tätigkeiten

Zur Förderung von Mitarbeitern und Pensionären, die ehrenamtlich tätig sind, hat das Unternehmen in Deutschland Anfang 2011 ein Programm mit dem Namen „Hand in Hand“ gestartet. Damit möchte Dr. Oetker die persönlichen Aktivitäten der Mitarbeiter für ihr soziales Umfeld durch Geld- oder Produktspenden unterstützen und sie gleichzeitig in die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens weiter einbeziehen.

Arbeitnehmervertretung

Soziale Verantwortung ist ein bedeutendes Element der Unternehmenskultur bei Dr. Oetker. Sie beinhaltet das Eintreten für faire und gerechte Arbeitsbedingungen sowie eine konstruktive Partnerschaft mit Mitarbeitern, Arbeitnehmervertretern und Gewerkschaften. Dr. Oetker bekennt sich zu den festen Grundsätzen dieser Zusammenarbeit, zu der unter anderem die Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen ebenso zählt wie das Recht auf Vereinigungsfreiheit der Mitarbeiter. Traditionell pflegen Unternehmensleitung und Arbeitnehmervertreter an den jeweiligen Standorten eine von gegenseitigem

Respekt und Fairness gekennzeichnete Zusammenarbeit. In einer Vielzahl von regionalen und überregionalen Gremien widmen sich Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertreter konstruktiv der gemeinsamen Bewältigung verschiedener Aufgaben. Durch den kontinuierlichen Einsatz für die Interessen der Mitarbeiter ist gewährleistet, dass die Grundlagen für ein dauerhaftes Engagement der Arbeitnehmer einvernehmlich erhalten bleiben. Die Arbeitnehmervertretungen sind auch länderübergreifend im Rahmen des Dr. Oetker Europa Forums organisiert.

Ausblick und Ziele

Die demografische Entwicklung, insbesondere in den westlichen Industrieländern, wird auch in Zukunft eine große Rolle in der Personalarbeit spielen. Das Unternehmen Dr. Oetker sieht sich für diese Herausforderung gut gerüstet und wird sich künftig weiter darauf konzentrieren, seine Rekrutierungsaktivitäten zu intensivieren. Gleichwohl wird es die Entwicklung seiner Mitarbeiter sowie Maßnahmen zur Gesundheitsförderung vorantreiben und seine weltweiten Personalaktivitäten im Rahmen seiner Internationalisierungsstrategie weiter ausbauen.



Mit dem Programm „Hand in Hand“ fördert Dr. Oetker das ehrenamtliche Engagement seiner Mitarbeiter.



Gesellschaftliche Verantwortung

Die Bandbreite für Bedürftigkeit ist groß, und nicht immer können diese Belange von staatlicher Seite gelöst werden. Auch Unternehmen sind aufgrund der Vielfalt der Bedürftigkeit und begrenzt zur Verfügung stehender Mittel darauf angewiesen, ihre Unterstützung und ihre Aktivitäten zu konzentrieren. Seit jeher ist es Strategie des Unternehmens Dr. Oetker, sich für ein positives familiäres Umfeld sowie für die Bildung von Menschen aller Altersstufen einzusetzen. Nach Auffassung des Unternehmens sind beides grundlegende Bausteine für eine intakte Gesellschaft und bedeuten für den Einzelnen die Möglichkeit zu einem selbstbestimmten Leben. Eine Familie vermittelt Werte und hilft bei der Entwicklung der eigenen Persönlichkeit, eine gute Bildung ist überall auf der Welt die Basis für Beschäftigung.

Der Grundstein

Den Grundstein für das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens Dr. Oetker legte bereits der Firmengründer Dr. August Oetker. Schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts förderte er wissenschaftliche Einrichtungen, insbesondere im naturwissenschaftlichen Bereich, und richtete in seinem Betrieb ein mikrobiologisches Institut ein, dessen biochemische Seminare der breiten Öffentlichkeit zugänglich waren. In der Tradition des Firmengründers engagierten sich auch die nachfolgenden Generationen für die Belange der Gesellschaft.

schen mit Behinderung in der Arbeitswelt kümmert sich auch die Landesgesellschaft in Frankreich. Dazu ist die Ländergesellschaft vor gut fünf Jahren eine Kooperation mit dem Dienstleister „Epith“ eingegangen. In Großbritannien arbeitet das Unternehmen seit vielen Jahren mit dem „Job Centre Plus“ zusammen. Erstmals hat Dr. Oetker im Jahr 2012 an der Kampagne „Feeding Britain's Future – Skills for Work“ teilgenommen. Dabei handelt es sich um eine Initiative, die nichtbeschäftigte junge Menschen im Alter von 16 bis 24 Jahren unterstützt und sie besser für den Arbeitsmarkt qualifiziert.

Verantwortung von
Anfang an
www.oetker.de

Kooperationen mit Bildungseinrichtungen

Mit großem Interesse setzt sich Dr. Oetker für die Bildung und Ausbildung junger Menschen ein.

Engagement für Arbeit

Das Engagement des Unternehmens für die Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen geht über die Umsetzung betrieblicher Maßnahmen hinaus.

Die Landesgesellschaft in der Schweiz fördert seit gut sieben Jahren die Soloraris Stiftung, die sich für die berufliche und soziale Eingliederung von psychisch behinderten Menschen im Alltag engagiert. Um die Integration von Men-

Die Förderung des Bildungseengagements erfolgt je nach Bedürfnissen in dem jeweiligen Umfeld der Landesgesellschaft. Dabei verfolgt jede Dr. Oetker Landesgesellschaft unterschiedliche Ansätze und richtet ihr Engagement an den gesellschaftlichen und kulturellen Gegebenheiten des

Landes sowie an ihren eigenen wirtschaftlichen Möglichkeiten aus. Angesichts des vielfältigen Engagements der jeweiligen Standorte kann dieses im Folgenden nur anhand einiger Beispiele beschrieben werden.

In Deutschland hat das Unternehmen Kooperationen mit verschiedenen Bildungseinrichtungen ins Leben gerufen. Ziel der initiierten Schulpartnerschaften ist es, die Absolventen auf ihrem Weg in das Berufsleben zu begleiten und bei jungen Menschen das Interesse an naturwissenschaftlichen Fächern zu wecken. Des Weiteren arbeitet Dr. Oetker zur Förderung zukunftsweisender Technologieforschung und -entwicklung mit der Hochschule Ostwestfalen-Lippe zusammen. Seit 1992 verleiht das Unternehmen jedes Jahr im Fachbereich Lebensmitteltechnologie den Dr. Oetker Preis und würdigt damit junge Nach-

wuchswissenschaftler für ihre herausragenden Studienleistungen. Über den Verein Bielefelder Gildenhäuser engagiert sich das Unternehmen für die ökonomische Bildung kommender Generationen. Der Verein wurde 1920 von Bielefelder Unternehmern gegründet, um der Öffentlichkeit Kenntnisse über ökonomische Zusammenhänge zugänglich zu machen.

Die Landesgesellschaften in Westeuropa sind ebenfalls Kooperationen mit verschiedenen Bildungseinrichtungen eingegangen. In Österreich steht das Unternehmen in Kontakt mit der Universität Klagenfurt, der Fachhochschule Villach sowie dem Wirtschafts-Förderungs-Institut der Wirtschaftskammer Kärnten. Dabei setzt die Landesgesellschaft mit den Studierenden verschiedene Fallstudien um und ermöglicht so Einblicke in die Praxis. Unterstützung bei ihren Studien bietet auch Dr. Oetker in der Schweiz den Studierenden der Hochschule St. Gallen sowie seit 2012 die spanische Landesgesellschaft den Studierenden der Universität Pompeu Fabra. Die italienische Gesellschaft cameo arbeitet seit gut fünf Jahren mit verschiedenen Universitäten des Landes zusammen. Hierzu zählen die Universitäten in Parma, Verona, Padua, Triest, Venedig und Bergamo. Darüber hinaus fördert cameo Studierende in den Bereichen Marketing und Kommunikation der Universitäten Publitalia, Alta Scuola per l'Ambiente und Il Sol 24 Ore. Mit dem Ziel jungen Menschen praktische Ausbildungsinhalte in Labor und Produktion zu vermitteln, ist Dr. Oetker in Frankreich vor zwei Jahren eine Kooperation mit dem Gymnasium „Aristide Briand“ in Saint Nazaire eingegangen.

In Osteuropa sind Mitarbeiter von Dr. Oetker Polen Mitglied im Programmberaterat der chemischen Fakultät

Dr. Oetker engagiert sich in Schulen und möchte bei Jugendlichen das Interesse an naturwissenschaftlichen Fächern wecken. Im Rahmen einer Schulkoooperation haben Auszubildende von Dr. Oetker Schüler beim Bau eines solarbetriebenen Bobby-Cars unterstützt.



Besondere Studienleistungen im Bereich Life Science Technologies der Hochschule Ostwestfalen-Lippe werden mit dem Dr. Oetker Preis ausgezeichnet.

der Universität Danzig. Außerdem arbeitet das Werk im polnischen Makow eng mit der Fakultät für Ernährungswissenschaften an der Universität Olsztyn zusammen. Ziel der jeweiligen Zusammenarbeit ist der Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis. Ferner engagiert sich das Unternehmen beim Historischen Museum der Stadt Danzig. Mit der Intention, Wissen über die Kultur und Geschichte der Stadt insbesondere Schulkindern zu vermitteln, hat das Unternehmen die Anschaffung pädagogischer Bücher ermöglicht. Um junge Menschen auf ihrem Weg in das Berufsleben zu begleiten, unterhalten auch die Standorte in Ungarn, Tschechien, in der Slowakei sowie die türkische Landesgesellschaft verschiedene Kooperationen mit Berufsschulen und Universitäten.

Die slowakische Landesgesellschaft fördert zudem seit fünf Jahren regelmäßig den staatlich organisierten Deutschsprachigen Wettbewerb. Der Beitrag des Standortes konzentriert sich dabei im Wesentlichen auf die Durchführung professioneller Seminare und Trainings.

In Amerika unterstützen die Landesgesellschaft in Kanada und Brasilien verschiedene Schulen in ihrer lokalen Umgebung. In Kanada ist dies seit 2011 die German International School Toronto. Der Standort in Brasilien fördert seit mehr als zehn Jahren die Deutsche Berufsschule São Paulo (IFPA) sowie den Nationalen Dienst für industrielle Ausbildung (Senai) und seit gut zwei Jahren auch das Transformar Institute. Ziel ist es, das Ausbildungsangebot für



Die Partnerschaft mit SOS-Kinderdorf lebt durch den tatkräftigen Einsatz der Mitarbeiter, wie hier in Italien.

die Schüler auszubauen, um diesen den Zugang zu weiterführenden Bildungseinrichtungen zu ermöglichen, respektive um sie auf das Berufsleben vorzubereiten.

Partnerschaft mit SOS-Kinderdorf

Obwohl Deutschland einen sehr hohen Lebensstandard hat, geraten Kinder zunehmend auch hier in problematische und belastende familiäre Situationen. Soziale Vernachlässigung oder Verwahrlosung sind leider keine Seltenheit mehr. Im SOS-Kinderdorf e.V. hat Dr. Oetker einen Partner gefunden, der für viele Kinder ein Leben in der Familie mit all ihren positiven Werten möglich macht. Um die Arbeit von SOS-Kinderdorf e.V. zu unterstützen, ist Dr. Oetker

eine langfristige Partnerschaft mit der Organisation eingegangen. Dabei ist die Unterstützung nicht an den Verkauf von Dr. Oetker Produkten gekoppelt. Das Engagement von Dr. Oetker ist allein in seiner sozialen Verantwortung der Institution „Familie“ gegenüber begründet, die bei Dr. Oetker seit jeher einen hohen Stellenwert einnimmt. Zunehmend konzentrieren sich auch immer mehr Landesgesellschaften auf die Unterstützung von SOS-Kinderdörfern im eigenen Land. Derzeit sind dies die Standorte in Belgien, Finnland, Frankreich, Italien, Kanada, Kroatien, Niederlande, Österreich, Polen, Rumänien, Serbien, Tschechien und Ungarn. Dabei geht es um mehr als nur finanzielle Hilfe: Mit einer Vielzahl von Aktivitäten und durch persönliche Kontakte der Mitarbeiter werden diese Partnerschaften gelebt.

 www.sos-kinderdorf.de



 www.dksb-bielefeld.de

Deutscher Kinderschutzbund

Mehr als vier Jahrzehnte unterstützen die Inhaberfamilie und das Unternehmen bereits den Deutschen Kinderschutzbund in Bielefeld. Dieser hilft mit zahlreichen Aktivitäten und Programmen, Kinder und Familien direkt und unbürokratisch zu fördern. Für die Arbeit des Kinderschutzbundes stellt Dr. Oetker unentgeltlich ein eigenes Haus zur Verfügung, das eine wichtige Anlaufstelle für Kinder und Eltern bietet.

Stiftungen des Hauses Oetker

 www.oetker-stiftungen.de

1998 von Rudolf-August Oetker gegründet, widmet sich die gleichnamige Stiftung der Förderung von Kunst, Kultur, Wissenschaft und Denkmalpflege. Der Schwerpunkt lag in den Anfängen der Stiftung bei der Sanierung von Dorf- und Patronatskirchen im Osten des wiedervereinten Deutschlands. In den neuen Bundesländern konnten so bereits mehr als 200 Kirchen gerettet werden. Ausschlaggebend für eine Förderung ist dabei nicht nur das Bauwerk an sich, sondern auch das soziale und gesellschaftliche Umfeld. Inzwischen engagiert sich die Rudolf-August Oetker-Stiftung zunehmend bei der Förderung von ausgewählten Kunstausstellungen, Museumsankäufen und bei der Restaurierung von Kunstwerken. Im wissenschaftlichen Bereich unterstützt sie seit einigen Jahren die Private Universität Witten/Herdecke.

Die Ida und Richard Kaselowsky Stiftung fördert Kinder und Jugendliche in den Bereichen Sport, Erziehung, Bildung, Musik und Kunst sowie Jugendliche bei ihrem Auslandsaufenthalt im Rahmen eines Freiwilligen Sozialen Jahres. Ein weiterer Schwerpunkt der Stiftung ist die Förderung kranker, be-

hinderter und älterer Menschen in Zusammenarbeit mit sozialen und karitativen Einrichtungen.

Ausblick und Ziele

Die Inhaber des Familienunternehmens Dr. Oetker beschäftigen sich seit jeher mit den drängenden gesellschaftspolitischen Themen ihrer Zeit und haben stets einen Beitrag zur sozialen, kulturellen und bildungspolitischen Entwicklung geleistet. Dieses Engagement wird das Unternehmen auch in Zukunft fortführen.



Für die Arbeit des Kinderschutzbundes stellt Dr. Oetker unentgeltlich ein eigenes Haus zur Verfügung, das eine wichtige Anlaufstelle für Kinder und Eltern bietet.

Bildnachweis

Seite 74: Fotolia/Tomasz Trojanowski
Seite 76: Getty Images/Jan Greune

Impressum

Dr. Oetker GmbH
Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit
Lutterstraße 14
33617 Bielefeld
Germany

Tel.: +49 (0) 521 155 0
Fax.: +49 (0) 521 155 2995
E-Mail: presse@oetker.de
Internet: www.oetker.de

Gestaltung und

Herstellung: Geyer Gestaltung, Werbung &
Kommunikation GmbH, Bielefeld
Druck: Hans Gieselmann Druck- und
Medienhaus GmbH & Co. KG,
Bielefeld

Das Papier dieser Broschüre besteht zu 100%
aus Recycling-Papier und ist FSC-zertifiziert.

