

# NACH HALTIGKEITS BERICHT 2021

Nachhaltigkeit leben heißt vorausschauend handeln.



**FRISCHPACK**  
Die Käse-Appetitmacher®

FÜR NACHHALTIGES HANDELN  
EXISTIEREN KEINE FESTEN REGELN. DENN DURCH  
UNSER STETIGES SUCHEN NACH  
NOCH EFFEKTIVEREN MÖGLICHKEITEN  
SCHREIBEN WIR SIE TÄGLICH NEU.





# INHALT

VORWORT	7	<b>UNSERE BELEGSCHAFT</b>	<b>42</b>
ÜBER DIESEN BERICHT	8	Frischpack als attraktiver Arbeitgeber	45
<b>UNSER UNTERNEHMEN</b>	<b>10</b>	Wir und unsere Mitarbeiter –	
Daten und Fakten	12	Kommunikation und Austausch	46
Unternehmensstruktur und -entwicklung	14	Sich langfristig gemeinsam weiterentwickeln	48
Unternehmensleitbild	16	Dauer der Betriebszugehörigkeit	49
		Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf	49
		Langfristiger Erhalt der Leistungsfähigkeit und Gesundheit der Beschäftigten	51
<b>NACHHALTIGKEIT IM FOKUS</b>	<b>18</b>	<b>UNSERE SOZIALE VERANTWORTUNG</b>	<b>52</b>
Unser Nachhaltigkeitsmanagement – verankert auf allen Unternehmensebenen	20	Förderung der Ausbildung in der Region	53
Unsere Strategie	22	Kompetenz auf allen Ebenen – Weiterbildung bei Frischpack	54
Unsere Ziele	23	Unterstützung von regionalen Projekten	55
Integriertes Managementsystem	24		
Stakeholderdialog	26	<b>WIRTSCHAFTLICHKEIT IST UNSERE BASIS</b>	<b>56</b>
<b>UMGANG MIT ENERGIE UND WASSER</b>	<b>28</b>	Profitables Wachstum	57
Entwicklung unseres Stromverbrauchs	30	Neue Perspektive: die Frischpack Gruppe	58
Entwicklung des Gas- und Wasserverbrauchs	31		
Corporate Carbon Footprint	32	DNK-INDEX	60
Klimaneutrales Unternehmen Frischpack	34	IMPRESSUM	63
Echte Kompensation verlangt nach sinnvollen Projekten	34		
<b>UNSERE ROHSTOFFE</b>	<b>36</b>		
Ein wichtiger Indikator: die CO <sub>2</sub> -Bilanz	37		
Nachhaltige Verpackungslösungen: unser Greenline-Konzept	40		



## VORWORT

### LIEBE KUNDEN, GESCHÄFTSPARTNER UND FREUNDE DES HAUSES,

seit Herbst 2020 darf ich als neuer Vorsitzender der Geschäftsführung bei der Frischpack GmbH auch das Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz in unserem Unternehmen mit weiterentwickeln und lenken. Nachhaltigkeit ist inzwischen ein geflügelter Begriff, welcher in aller Munde ist. Vermutlich standen Themen wie Klimawandel und der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Unternehmen und Produkten nie zuvor so stark im öffentlichen Fokus wie in den beiden vergangenen Jahren. Dies freut natürlich auch uns. Doch ist Nachhaltigkeit für uns viel mehr als ein Modewort oder Trend. Für uns bedeutet es vor allen Dingen Verantwortung.

Inzwischen können wir sogar von Verantwortung mit Tradition sprechen. Seit nun mehr als acht Jahren beschäftigen wir uns intensiv mit diesem Thema, setzen uns immer wieder ambitionierte Ziele und verfolgen diese mit Nachdruck und Erfolg. Denn hinter diesem Begriff, Nachhaltigkeit, steckt so viel mehr als nur ein paar Schlagwörter.

Um diesen vielen Facetten des Nachhaltigkeitsgedanken gerecht zu werden, veröffentlichen wir, die Frischpack GmbH, hiermit voller Freude und Stolz unseren nun dritten Nachhaltigkeitsbericht. Seit unserem letzten Bericht im Jahr 2019 ist wieder viel passiert. Wir haben uns durch eine Vielzahl von Maßnahmen weiterhin verbessert und wollen an diesem Erfolgskurs festhalten. Diesen Weg weiterzugehen und immer noch einen Schritt nachhaltiger zu werden ist ebenso ehrgeizig wie bereits in unserem Arbeitsalltag fest verwurzelt. Doch diese Schritte gehen wir nicht allein und nicht nur in eine Richtung. Als Team, gemeinsam mit all unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, aber auch mit unseren Kunden und Geschäftspartnern, arbeiten wir in allen Bereichen konsequent daran, uns weiterzuentwickeln und unsere Nachhaltigkeitsleistung auf ein höheres Level zu bringen. So setzt sich diese Nachhaltigkeitsleistung auch aus Aspekten wie unserem ökonomischen, ökologischen und sozialen Erfolg zusammen, um nur die wesentlichen Themenfelder anzureißen.

Diese umfassende Leistung wird durch den Einsatz standardisierter Managementsystemprozesse ermöglicht, mit denen wir unsere Meilensteine erarbeiten und Zielgrößen definieren. Dass wir dabei auf dem richtigen Kurs sind, bestätigen neben unserem positiven Fortgang auch die Zertifikate unserer Managementsysteme. So ließen wir wiederholt unser Umwelt-, Energie- sowie Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagementsystem nach den Normen DIN EN ISO 14001, 50001 und 45001 mit Erfolg zertifizieren.

Neben der stetigen Weiterentwicklung, beispielsweise innerhalb unseres Greenline-Konzepts für nachhaltige Verpackungslösungen, konnten wir uns im vergangenen Jahr über das Erreichen eines besonderen Meilensteins freuen: den Schritt zur CO<sub>2</sub>-Neutralität! Diese Hürde genommen und dieses große Ziel erreicht zu haben, erfüllt uns mit Stolz. Es beflügelt uns ebenso, an diesem Kurs festzuhalten, uns neue ambitionierte Ziele zu setzen und weiterhin gemeinsam alle hinderlichen Steine aus dem Weg zu räumen. Das gilt vor allem für die Frischpack Gruppe, zu der auch die Baackes & Heimes GmbH gehört. Daher werden wir voraussichtlich 2023 einen gemeinsamen Nachhaltigkeitsbericht, der alle Standorte der Gruppe betrifft, veröffentlichen.

Nachhaltigkeit ist kein fixes Ziel, welches man endgültig erreichen und sich anschließend zur Ruhe setzen kann. Es ist eine Einstellung, ein Grundgedanke, eine Philosophie, an der fortwährend gearbeitet werden kann und muss. Genau dies schreiben wir uns auf die Fahnen, da wir der festen Überzeugung sind, dass Nachhaltigkeit uns alle betrifft und auch in Zukunft von uns allen möglichst viel dazu beigetragen werden muss. So wollen wir auch in Zukunft ein verlässlicher Partner sein und nicht nur mit unseren Produkten und unserem Service, sondern auch mit unserem Handeln überzeugen.

Dieter Baur  
Vorsitzender der Geschäftsführung

# ÜBER DIESEN BERICHT

Wir freuen uns, erneut die Gelegenheit zu haben, von unserem Handeln berichten zu können. Wie die Jahre zuvor haben wir auch in den vergangenen zwei Jahren 2019 und 2020 unsere Bestrebungen weiter vorangetrieben und an der Nachhaltigkeit unserer unternehmerischen Tätigkeiten konsequent gearbeitet. Diese Entwicklungen sowie unsere weiteren ambitionierten Ziele sollen mit dem vorliegenden Bericht ausführlich dargelegt werden. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verwenden wir in der Regel nur die männliche Sprachform. Gleichwohl sprechen wir damit beide Geschlechter gleichermaßen an.

Dieser inzwischen nun bereits dritte Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich auf die Geschäftstätigkeit und die Auswirkungen der Frischpack GmbH in Mailling. Dabei wird die Bilanzgrenze im Wesentlichen entlang der Grenzen unserer Dienstleistung, der Verarbeitung und dem Verpacken von Käse, gelegt. Ferner werden sämtliche sowohl internen als auch externen Einflussvariablen berücksichtigt.

Da sich der Sitz der Frischpack GmbH in Deutschland befindet und sie sich dem Schwerpunkt ihres Distributionsnetzes auf Europa konzentriert, bezieht sich die Berichterstattung auf eben diese Region mit den dort üblichen Standards sowie den entsprechenden gesetzlichen Grundlagen. Dies bedeutet insbesondere, dass sich die Frischpack GmbH von Themen wie Kinderarbeit, Missachtung von Menschenrechten, Korruption und ähnlichen durch die Gesetzgebung per se un-

terbundenen Themen selbstverständlich kategorisch distanziert. Aus diesem Grund wird im vorliegenden Bericht nicht näher auf den Umgang mit diesen Themen eingegangen. Dennoch werden auch diese Themen in unseren Lieferantenbewertungen und -audits regelmäßig überprüft. Dies inkludiert zum einen nationale rechtliche Anforderungen in den Produktionsländern, aber vor allem auch soziale Mindeststandards, wie den UN Global Compact und die ILO-Konventionen. Daher verlangen wir von unseren Lieferanten einen Nachweis darüber, dass an uns gelieferte Materialien und Produkte nach diesen Standards gefertigt werden.

Um der Fülle von Nachhaltigkeitsaspekten gerecht werden und diese transparent darlegen zu können, bedient sich auch dieser vorliegende Bericht erneut des anerkannten Berichtsstandards des Rates für Nachhaltige Entwicklung sowie des DNK-Standards. DNK stellt die Abkürzung für den Deutschen Nachhaltigkeitskodex dar und wird von uns durch ausgewählte, nichtfinanzielle Leistungsindikatoren aus der Leitlinie der Global Reporting Initiative (GRI) ergänzt. Durch die Verwendung dieser Standards erreichen wir neben der Transparenz vor allen Dingen auch eine Vergleichbarkeit und machen unser Handeln in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales messbar.

Der Bericht schließt mit einer tabellarischen Zuordnung unserer Angaben zu den Leistungsindikatoren des Deutschen Nachhaltigkeitskodex in Form eines DNK-Index ab.



# UNSER UNTERNEHMEN.

Wir sind die Käse-Appetitmacher!



Seit fast 50 Jahren ist Käse unsere Leidenschaft. Wir sind die Ansprechpartner für das Verarbeiten, Verpacken und das Co-Packing von Hart- und Schnittkäse. So haben wir im Jahr 2020 mehr als 42.000 t Käse für die Industrie, Käsereien und die Foodservice-Branche verarbeitet. Als einem der größten und modernsten Unternehmen der Branche in Europa sind für uns Qualität, neueste Technologien und Zuverlässigkeit die wichtigen Grundpfeiler für unseren wirtschaftlichen Erfolg. Die positive Entwicklung unseres Unternehmens verdanken wir unserer Fokussierung auf Kundenorientierung, technischer Innovation und natürlich einer nachhaltigen Geschäftsstrategie.

Im Rahmen dieser Strategie stellen wir nicht nur höchste Ansprüche an unsere moderne Schneide- und Verpackungstechnik, sondern auch an unsere Unternehmensführung und unsere Mitarbeiter. So sind für uns die Entwicklung und zeitnahe Umsetzung kundenspezifischer Lösungen genauso wichtig wie das tiefe Verständnis aller für Käse relevanten Branchen, Märkte, Trends und Marken. Dieses Know-how schlägt sich in der hohen Qualität unserer Services und Beratungs-

leistungen nieder und schafft so vor allem eines: Mehrwert für unsere Kunden.

Durch hohe Effizienz, modernste Technik und das Streben nach kontinuierlicher Verbesserung steigern wir aber nicht nur die Zufriedenheit unserer Kunden, sondern leisten auch gleichzeitig einen wesentlichen Beitrag zur Nachhaltigkeit. Wir arbeiten beispielsweise permanent daran, natürliche Ressourcen einzusparen, nachhaltigere innovative Verpackungslösungen zu entwickeln, Abfälle zu reduzieren und Energie so effizient wie möglich einzusetzen. Zudem engagieren wir uns für unsere Mitarbeiter und fördern unterschiedlichste Projekte unserer Region, in der wir fest verwurzelt sind. Unsere Produkte sind für uns aber auch das Aushängeschild für Qualität weit über die Region hinaus. Doch mit unserem Selbstverständnis als die Käse-Appetitmacher erschöpft sich echte Leidenschaft für die Welt des Käses nicht allein in Qualitätsstandards. Selbstverständlich gehören hierbei für uns auch wirtschaftlich und sozial nachhaltiges Handeln sowie ein ausgeprägtes Umweltbewusstsein zu unseren täglich gelebten Unternehmensmaximen.

# DATEN UND FAKTEN FRISCHPACK GMBH

Frischpack GmbH  
 Mailling 11  
 83104 Mailling b. Schönau

- Europa
- Deutschland
- Bayern
- Oberbayern
- Mailling bei Schönau

Gründung  
**1972**



185,2	199,2	176,8
2018	2019	2020



Umsatz in  
 Millionen Euro

48.700	48.750	42.740
2018	2019	2020



Absatz in  
 Tonnen

312	290	280
2018	2019	2020



Anzahl der  
 Mitarbeiterinnen und  
 Mitarbeiter

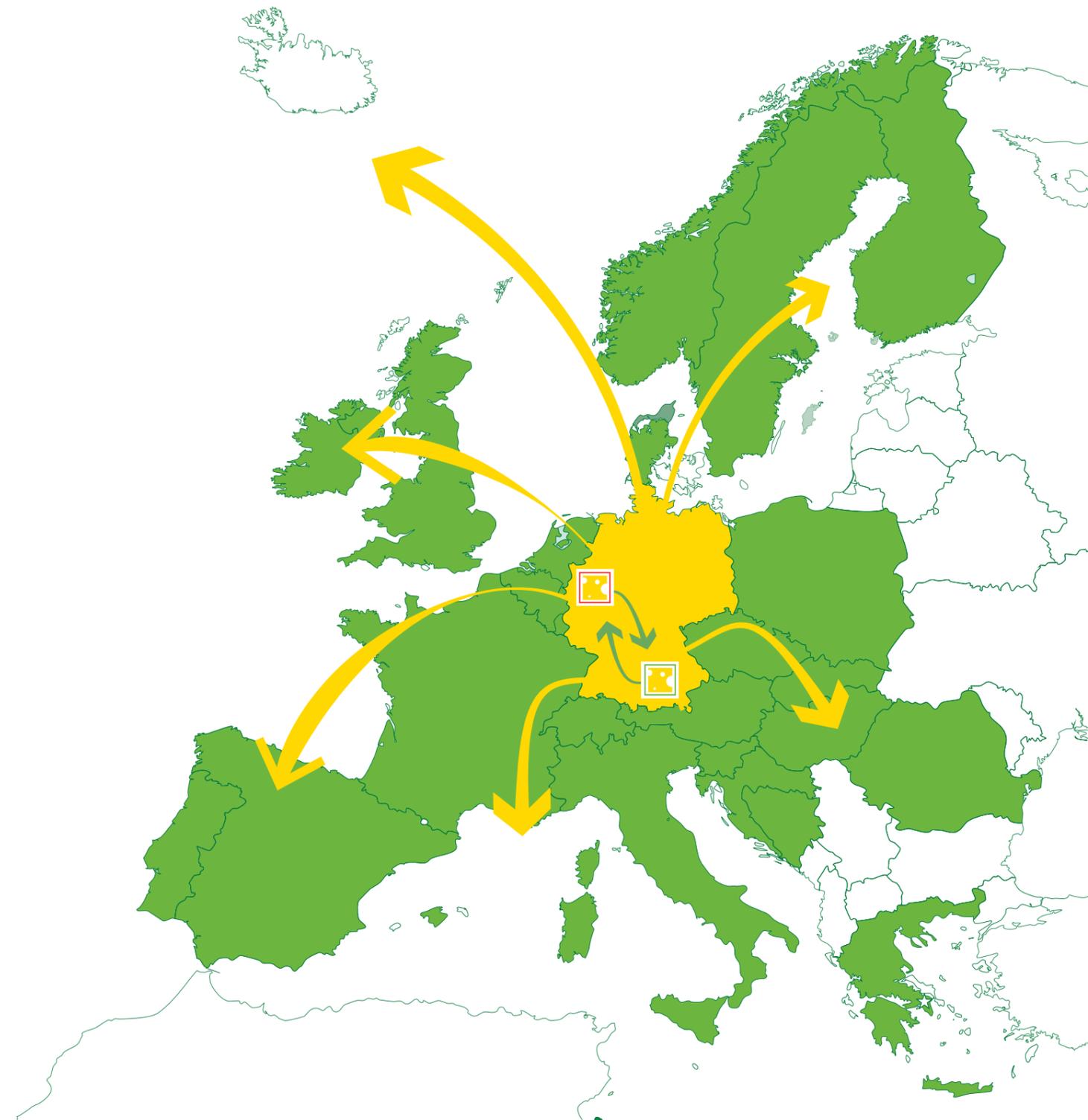
Im Firmenverbund mit:



In der Frischpack Gruppe mit:



\* Von links:  
 Dieter Baur, Vorsitzender der Geschäftsführung,  
 Horst Luchtefeld, Geschäftsführer Operations,  
 Stefan Weiter, Geschäftsführer Vertrieb.



# UNTERNEHMENSSTRUKTUR UND -ENTWICKLUNG

Frischpack kann auf fast 50 Jahre Käse-Know-how und stetige Modernisierung zurückblicken. Zwei wesentliche Erfolgsfaktoren, von denen unsere Kunden nachhaltig profitieren.

**Der Beginn einer Erfolgsstory:** Frischpack wird in Berganger im Landkreis Ebersberg gegründet.

**Die Weichen werden gestellt:** Neubau am jetzigen Standort in Mailling bei Schönau im Landkreis Rosenheim.

**Größer, höher, weiter:** Inbetriebnahme eines neuen Verpackungs- und Fertigwarenlagers.

**Vier Dekaden voller Fortschritt:** Frischpack feiert sein 40-jähriges Firmenjubiläum.

**Start ins Industriezeitalter 4.0:** Frischpack unterstreicht seine Technologieführerschaft und führt ein Maschinendatenerfassungssystem (MDE) ein.

**Auszeichnung als Top-Innovator:** Erfolgreiche und vor allem auch nachhaltige Zukunftsperspektiven brauchen neue Ideen.

1972

1983

1993

1998

2004

2010

2012

2014

2016

2017

2019

2020

**Perfektion bis aufs letzte Gramm:** Installation des ersten Spezialwägesystems für Reibkäse.

**Ausbau auf ganzer Linie:** Die erste Tiefziehlinie für Scheiben wird in die Produktion integriert.

**Investition in die Zukunft:** Werkserweiterung auf verdoppelter Fläche mit neuen Produktions-, Lager- und Sozialgebäuden.

**Selbstverständlich nachhaltig:** Zertifizierung des Energie- und Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 und ISO 50001.

**Frischpack auf Wachstumskurs:** Die Baackes & Heimes GmbH aus Viersen ergänzt ab sofort das Portfolio der Käse-Appetitmacher.

**Frischpack ist ab sofort klimaneutral:** Durch die Reduktion des Corporate Carbon Footprint um 67 % seit 2013 (CO<sub>2</sub> in kg) und mit zertifizierten Klimaschutzprojekten entlasten wir die Umwelt.

# UNTERNEHMENSLEITBILD

Bereits vor einigen Jahren haben wir für uns definiert, wofür wir stehen und womit wir uns identifizieren. Dieses Leitbild und die daraus abgeleiteten Werte leben wir tagtäglich. Daher bilden sie für uns das Fundament unseres täglichen Handelns. Unsere Leidenschaft

für Käse und das „Appetitmachen auf Käse“ spiegelt sich auf allen Ebenen der Frischpack GmbH wider. Aus diesem Grund gelten auch die hier aufgeführten Werte für alle Ebenen unseres Unternehmens:

## Unsere Werte

Wir fördern Meinungs austausch:  
**offen und kritisch!**

Wir arbeiten nachhaltig:  
**umweltbewusst, wirtschaftlich und sozial!**

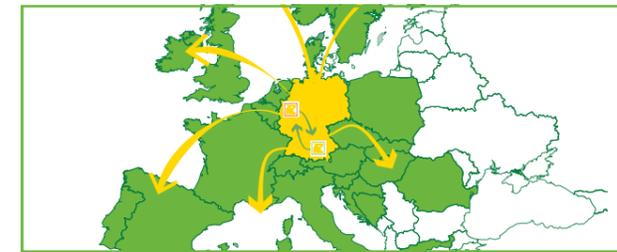
Wir sind ein verlässlicher und ehrlicher Geschäftspartner:  
**für Kunden und Lieferanten!**

Wir achten uns und kommunizieren mit Respekt:  
**immer!**

Wir übernehmen Verantwortung für unser Handeln:  
**jeder für sich, alle miteinander!**

Wir haben an unsere Leistung und die Qualität unserer Produkte einen hohen Anspruch. Dieselbe oberste Priorität genießen Zuverlässigkeit, Offenheit und Ehrlichkeit im Umgang mit unseren Mitarbeitern und Geschäftspartnern. Beides zusammen bildet die Grundlage für unser nachhaltiges Wachstum.

Als attraktiver Arbeitgeber bieten wir leistungs- und lösungsorientierten Mitarbeitern eine berufliche Zukunft mit dem Ziel, auch in den nächsten Jahren gemeinsam weiter profitabel und nachhaltig zu wachsen.



Wir bauen unsere Märkte national und europaweit aus –  
**für unsere sichere Zukunft.**



Wir beraten und schaffen Lösungen für unsere Kunden – **für unseren gemeinsamen Erfolg.**



**ZIEL VON FRISCHPACK IST ES, IN DEN NÄCHSTEN JAHREN WEITERHIN PROFITABEL ZU WACHSEN.**

Wir verpacken Käse qualitativ hochwertig – **für unsere Kunden.**



Wir sind ein attraktiver Arbeitgeber für leistungs- und lösungsorientierte Mitarbeiter – **für unser Team.**



# NACHHALTIGKEIT IM FOKUS.

## Wesentliche Meilensteine der Nachhaltigkeit.

Mit Stolz blicken wir auf über acht Jahre zurück, in denen wir im Bereich der Nachhaltigkeit schon viele unserer Meilensteine erreichen konnten und neue gesetzt haben. Dies spiegelt auch unser Grundverständnis für das Thema Nachhaltigkeit wider. Nämlich eine langfristige Strategie konsequent zu verfolgen und sich dabei fortlaufend zu verbessern.

Ein besonders ambitioniertes Ziel dabei ist es, unsere negativen Klimaauswirkungen konsequent zu reduzieren und die unvermeidbaren Emissionen zu kompensieren. Seit 2020 arbeiten wir daher an unserem Standort in Mailling CO<sub>2</sub>-neutral. Diese CO<sub>2</sub>-Neutralität kann die Frischpack GmbH nun voller Stolz verzeichnen. Auf dieses Thema wird im weiteren Verlauf des Berichtes noch detaillierter eingegangen. Doch betrachten wir zunächst die Entwicklung unserer Erfolgsgeschichte:



Wir starteten bereits im Jahr 2012 mit der ersten CO<sub>2</sub>-Strategieberatung sowie der ersten CO<sub>2</sub>-Bilanz. Gemeinsam mit einem externen Beratungsunternehmen scheuten wir die Aufwände nicht und erarbeiteten unsere erste Nachhaltigkeitsstrategie.



Um diese Erfolge noch konsequenter vorantreiben zu können, bauten wir sukzessive ein integriertes Managementsystem auf. Dabei folgten wir den Anforderungen der internationalen Normen für Energiemanagement, Umweltmanagement sowie Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagement nach DIN EN ISO 50001, DIN EN ISO 14001 und DIN EN ISO 45001 und ließen uns entsprechend regelmäßig zertifizieren.



Im Jahr 2017 erstellten wir dann unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht und folgten bereits dabei den Anforderungen des DNK-Standards. Dies blieb nicht ohne Folgen. So erreichte die Frischpack GmbH 2018 mit ihren Nachhaltigkeitsaktivitäten beim Wirtschaftsmagazin Focus Money im Bereich Nachhaltigkeit bei Unternehmen im Industriesektor Platz 16 der wertvollsten Unternehmen Deutschlands.



Seit dem letzten Jahr, 2020, kompensieren wir die nicht zu vermeidende Restmenge CO<sub>2</sub> durch nach international anerkannten Standards zertifizierte Klimaschutzprojekte und ergänzen diese durch regionale Aufforstungsprojekte. Zudem werden sukzessive auch für einzelne Produkte Product Carbon Footprints bilanziert und optimiert.



Ohne zu zögern folgte darauf aufbauend direkt im Folgejahr 2013 die Aufstellung unserer ersten CO<sub>2</sub>-Bilanz. Mit dieser Bilanzierung konnten wir nicht nur unseren aktuellen Standpunkt abbilden, sondern die Weichen für unsere weiteren Nachhaltigkeitsbestrebungen stellen. Mit dem Ergebnis, dass wir unseren Corporate Carbon Footprint (CO<sub>2</sub>-Bilanz des Unternehmens) bis heute um etwa 67 Prozent und pro Tonne Produkt sogar um 71 Prozent reduzieren konnten.



Durch die Managementsysteme und die damit verbundenen Maßnahmen konnten, können und werden wir unser Unternehmen fortwährend optimieren, unsere Effizienz steigern, Fehler vermeiden und den Ressourcenverbrauch sowie die Emissionen senken. In diesem Zusammenhang stellte die Frischpack GmbH bereits im Jahr 2015 komplett auf die Nutzung von Strom aus regenerativen Energiequellen um.



Daran anknüpfend folgte im Jahr 2019 unser zweiter Nachhaltigkeitsbericht nach demselben Standard. Dabei wurden und werden die drei Säulen unserer Nachhaltigkeitsstrategie Ökonomie, Ökologie und Soziales genau beleuchtet und unsere einzelnen Bestrebungen dokumentiert. Ferner erfolgte im Jahr 2019 ein weiterer Meilenstein im Bereich unserer Energiequellen. Neben dem Bezug des benötigten Stroms aus regenerativen Energiequellen setzt die Frischpack GmbH auf die Eigenstromerzeugung. So können wir durch die Installation und Inbetriebnahme einer eigenen Photovoltaikanlage weiter zur Verbesserung der Umweltbilanz beitragen.



# UNSER NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT – VERANKERT AUF ALLEN UNTERNEHMENSEBENEN

Nachhaltigkeit ist ein Thema, welches niemand allein verfolgen kann. Hier ist es wichtig, als Team gemeinsam realistische, aber auch ambitionierte Ziele zu formulieren und ebenso geschlossen mit geeigneten Maßnahmen an der Erreichung der Ziele zu arbeiten. Dabei liegt die Verantwortung jedoch immer bei der Geschäftsführung.

Die Geschäftsführung der Frischpack GmbH ist sich dieser Verantwortung bewusst und nimmt sich dieser an. So werden in Abstimmung mit den Umwelt-, Energie-, Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagementteams entsprechende Strategien erarbeitet und diese systematisch in den Geschäftsablauf integriert. Wegweiser dabei ist vor allen Dingen die Vielzahl unserer Managementkennzahlen. Wobei es dabei nicht auf die Fülle der Kennzahlen ankommt, sondern darauf, dass sie geeignet sind, eine Entwicklung möglichst unabhängig von Einflussfaktoren und Störgrößen abzubilden. Um diesem gerecht zu werden, werden unsere Kennzahlen nicht nur regelmäßig erhoben, kommuniziert und analysiert, sondern auch wo möglich um diese Einflussgrößen bereinigt oder normalisiert. Durch Korrelations- und Regressionsanalysen wird ferner die Aussagefähigkeit unserer Kennzahlen bewertet.

Anhand dieser Kennzahlen sowie unserer regelmäßigen Gefährdungsbeurteilungen, Vorfalluntersuchungen und Chancen- und Risikobewertungen sind wir in der Lage, geeignete Maßnahmen abzuleiten, um unerwünschte Auswirkungen zu vermindern oder zu vermeiden und positive Entwicklungen gezielt zu fördern. Oberste Prämisse ist und bleibt dabei jedoch selbstverständlich immer die Qualität unseres Wertschöpfungsprozesses und vor allen Dingen unserer Produkte.

Als oberste Leitlinie gilt dabei unsere Unternehmenspolitik, in welcher alle Grundsätze verankert sind und damit in alle Abteilungen getragen werden. Neben dieser Form der Kommunikation suchen wir jedoch auch immer den direkten Kontakt und Austausch mit und zwischen unseren Mitarbeitern. Neben einer Politik der offenen Tür und regelmäßigen Abstimmungen auf allen Ebenen betreiben wir ferner gezielte Schulungs- und Sensibilisierungsprogramme. So können wir jeden Mitarbeiter genau dort mit einbeziehen, wo er in seinem täglichen Arbeitsgeschehen Ansatzmöglichkeiten für Verbesserungen sieht beziehungsweise sogar selbst weitere erkennt und diese mit einbringen kann und soll.

Dieses Engagement wissen wir selbstverständlich zu schätzen und geben unseren Mitarbeitern entsprechendes Feedback in unseren direkten Mitarbeitergesprächen. Ferner spiegelt sich dies nicht nur in einer marktüblichen Vergütung wider, sondern auch in unseren zahlreichen Förderprogrammen in Bezug auf die Zufriedenheit und Motivation unserer Mitarbeiter.

Da wir immer wieder feststellen können, welche Früchte diese Bemühungen tragen, wollen wir nun noch einen Schritt weiter gehen. Was sich bei Frischpack etabliert hat und bei der gesamten Belegschaft verinnerlicht worden ist, wollen wir nun noch weiter auf unser Tochterunternehmen, die Baackes & Heimes GmbH, ausrollen und erweitern somit nunmehr den Wirkungsbereich unseres Nachhaltigkeitsmanagements.



# UNSERE STRATEGIE

Selbstverständlich steht die Zufriedenheit unserer Kunden immer mit an höchster Stelle. Dies erreichen wir vor allen Dingen durch hochqualitative Produkte. Doch um dies auf dem gewohnt hohen Niveau zu gewährleisten, müssen eine Vielzahl von Aspekten und Wechselwirkungen berücksichtigt werden.

Nach unserem Verständnis ist es nicht möglich, das Produktionsgeschehen und unsere Managementsysteme sowie unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen separat voneinander zu betrachten. Es ist ein komplexer Mechanismus, bei welchem eine Veränderung an einer Stellschraube viele unterschiedliche Auswirkungen in anderen Bereichen zur Folge haben kann.

Aus diesem Grund ist das Thema Nachhaltigkeit fester Bestandteil unserer Geschäftsstrategie und in diese vollumfänglich integriert. Sie setzt sich dabei aus den drei wichtigen Säulen Ökologie, Ökonomie und Soziales zusammen. Nur durch die konsequente Berücksichtigung dieser Grundpfeiler ist es möglich, unseren Kunden einen derart ausgeprägten Mehrwert bieten zu können.

Konkretisiert haben wir dies durch unsere Wesentlichkeitsmatrix, welche wir erstmalig im Rahmen unseres ersten Nachhaltigkeitsberichtes mit dem Berichtsjahr 2015 erarbeitet haben und regelmäßig nachjustieren. In dieser sind die wesentlichen Handlungsfelder unserer Strategie genau definiert. Abgesehen von einer zusätzlichen Erweiterung im Rahmen des letzten Nachhaltigkeitsberichtes um ein weiteres Kernthema, hat diese Matrix jedoch nach wie vor unverändert für uns Gültigkeit.

Sie spiegelt alle wesentlichen Handlungsfelder wider, berücksichtigt dabei sowohl Stärken als auch Schwächen und zeigt somit Chancen und Risiken auf, an denen wir arbeiten können und wollen. Denn unsere Leidenschaft für Käse ist es, die uns vorantreibt uns fortwährend zu verbessern und mit modernster Schneide- und Verpackungstechnik kundenspezifische Lösungen zu entwickeln und umzusetzen.

## Nachhaltige Geschäftsstrategie

In den fünf wesentlichen Handlungsfeldern kristallisieren sich für uns somit zwölf Kernthemen heraus, die Frischpack für sich als wesentlich erachtet:



# UNSERE ZIELE

Im Sinne unserer kontinuierlichen Verbesserung halten wir an den fünf wesentlichen Handlungsfeldern und den darauf beruhenden Zielen fest. Frischpack versucht sowohl kurz- als auch mittel- und langfristig seine Einflussmöglichkeiten bestmöglich zu nutzen. Dies bedeutet auch, trotz Kontinuität, flexibel und schnell auf neue Herausforderungen zu reagieren. So beschäftigen wir uns unter anderem bei unserer Zielsetzung aktuell verstärkt mit den Themen Klimaschutz und Klimaneutralität und der Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen. Somit ergeben sich für Frischpack aktuell 10 Leitziele, welche die strategische Richtung vorgeben:

- Reduzierung der Folien- und Kartonverbräuche
- Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen
- Abfallmenge reduzieren und Recyclingquote erhöhen
- Einsatz der Rohware optimieren
- Arbeits- und Wegeunfälle reduzieren
- Intensivierung der Ausbildung
- Profitables Wachstum

Bei der Verfolgung unserer Leitziele lassen wir uns nicht durch kurzfristige Schwankungen ablenken. Wir denken im Sinne unserer Unternehmensphilosophie langfristig und vorausschauend. Insgesamt wollen wir damit den Ausbau unserer Märkte profitabel und nachhaltig gestalten.

- Emissionen reduzieren
- Unvermeidbare Emissionen kompensieren
- Einsatz von Energie, Wasser und Reinigungsmitteln optimieren



Ein wesentlicher Baustein zur Verfolgung und Realisierung unserer strategischen Ziele ist unser integriertes Managementsystem. Hier bündeln wir die The-

men Ökologie, Ökonomie und Soziales in einem klar definierten System und bewerten unsere Leistung auf Basis von Kennzahlen und Maßnahmen.

# INTEGRIERTES MANAGEMENTSYSTEM

Uns fortlaufend weiterzuentwickeln ist für uns nicht nur ein Anspruch, sondern inzwischen eine gute Gewohnheit geworden, welche wir nicht mehr ablegen wollen. So arbeiten wir nach wie vor im Zuge unseres kontinuierlichen Verbesserungsprozesses mit dem P-D-C-A-Zyklus. Das bedeutet, dass wir bei all unseren Tätigkeiten zunächst planerisch vorgehen und klare, messbare, ambitionierte, aber realistische Ziele terminiert definieren. Im zweiten Schritt wird diese Tätigkeit oder Maßnahme dann gewissenhaft durchgeführt. Wichtig dabei ist, dass sie in den beiden darauffolgenden Zyklusschritten noch einmal auf ihre Wirksamkeit hin überprüft und bei Bedarf nachgebessert wird.

Dies haben alle Managementsysteme gemein und wird bei uns als integriertes Managementsystem gelebt. Dazu gehören die bei uns schon seit mehreren Jahren nach den gängigen Normen zertifizierten Managementsysteme aus den Bereichen Qualität (IFS Food, IFS Broker), Umwelt (DIN EN ISO 14001), Energie (DIN EN ISO 50001) sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (DIN EN ISO 45001).

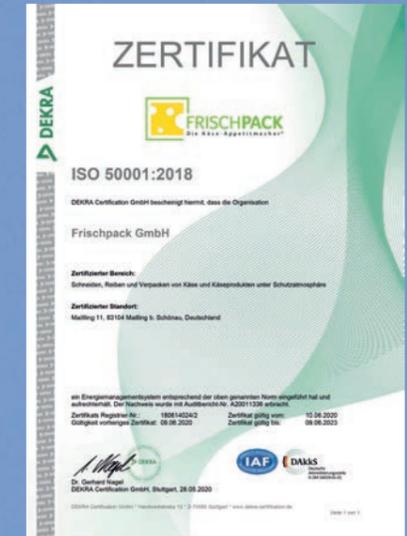
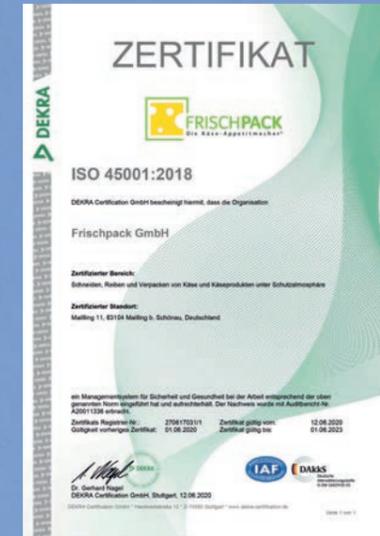
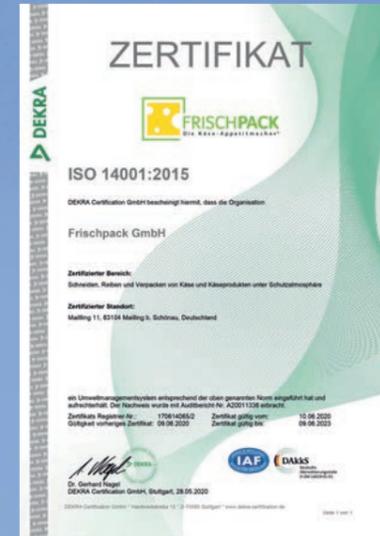
Dazu kommen unsere „Bio-“, „Halal-“ und „ohne Gentechnik“-Zertifikate sowie die Bescheinigung als klimaneutrales Unternehmen, auf die wir ganz besonders stolz sind.

Diese umfassende Bandbreite ermöglicht es uns, alle Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie gleichermaßen zu berücksichtigen und dabei selbstverständlich auch alle relevanten Gesetze und sonstigen bindenden Verpflichtungen aufmerksam zu ver- und befolgen.

Diese Verantwortung tragen dementsprechend federführend unsere Managementbeauftragten. Jedoch wird zusätzlich die Geschäftsführung über direkte Berichterstattung, Audits und das Managementreview dabei eng mit eingebunden. Klar formuliertes Ziel ist dabei selbstverständlich, keinerlei Rechtsverstöße oder Verstöße gegen den von uns definierten und etablierten Code of Conduct verzeichnen zu müssen. Dieses Ziel konnten wir in der Vergangenheit immer erreichen und setzen zum einen schon direkt bei Beginn eines Arbeitsverhältnisses in unserem Unternehmen im Rahmen unserer Arbeitsverträge darauf, rechtswidriges Verhalten zu unterbinden. Zum anderen werden die Mitarbeiter in regelmäßigen Schulungen für die Thematiken rechtswidriges Verhaltens, Verstöße gegen den Code of Conduct sowie insbesondere das Thema Korruption ausführlich sensibilisiert.

Aufgrund dieser Maßnahmen und der Tatsache, dass wir ausschließlich Lieferbeziehungen in EU-Länder unterhalten, sehen wir keine wesentlichen negativen Auswirkungen, Menschenrechtsrisiken oder andere Risiken in Bezug auf rechtswidriges Verhalten. Dennoch nehmen wir die Thematik selbstverständlich äußerst ernst und überprüfen unsere Rechtskonformität im Zuge unserer Audits, des jährlichen Managementreviews und des Nachhaltigkeitsberichtes.

Mit dieser strukturierten Vorgehensweise schaffen wir Transparenz und können mit Hilfe von aussagekräftigen Kennzahlen die Wirksamkeit unserer Maßnahmen und Aktionen messbar machen. So sind wir in der Lage, Verbesserungspotenziale bestmöglich zu identifizieren und umzusetzen und unsere Nachhaltigkeitsleistung in allen Bereichen stetig zu steigern.



# STAKEHOLDERDIALOG

Der offene und konstruktive Austausch mit unseren Stakeholdern auf allen Ebenen des Unternehmens ist für eine erfolgreiche und nachhaltige Zusammenarbeit unerlässlich.

So erwarten unsere Kunden außer partnerschaftlicher Zusammenarbeit und Zuverlässigkeit auch Innovationsgeist, Beratung und damit verbundene intensive Kommunikation. Ähnliche Anforderungen haben wir bei unseren Lieferanten für Rohwaren und Verpackungsmaterialien, aber auch bei unseren Geschäftspartnern und verbundenen Unternehmen.

Durch den ständigen Austausch sowohl intern zwischen Mitarbeitern und der Geschäftsführung als auch extern mit Kunden, Lieferanten und Dienstleistern lernen wir täglich dazu und bleiben so stetig am Puls der Zeit. So können wir unser Planen, Handeln und letztendlich auch unsere Dienstleistung regelmäßig auf die aktuellen und individuellen Bedürfnisse abstimmen und zeitnah aktiv auf relevante Nachhaltigkeitsthemen reagieren.

Die an uns gestellten Erwartungen der Stakeholder diskutieren wir auf den verschiedenen Ebenen intern und extern. Durch diesen permanenten Dialog eröffnet sich uns die Chance, unsere Nachhaltigkeitsleistung zielgerichtet zu verbessern und so positiv auf die Wertschöpfungskette Einfluss zu nehmen.



# DER UMGANG MIT ENERGIE UND WASSER.

Effizient und umweltschonend.

Es ist uns selbstverständlich bewusst, dass unsere Tätigkeiten immer mit einem gewissen Maß an Energie- und Wasserverbrauch verbunden sind. Daher sehen wir uns ganz klar in der Pflicht, mit diesen Ressourcen sorgsam umzugehen. So liegt es auch in unserer Verantwortung, ihren Verbrauch auf ein mögliches Minimum zu reduzieren. Dementsprechend ist es uns ein bedeutendes Anliegen, all unsere Einflussmöglichkeiten darauf bestmöglich zu nutzen.

In diesem Zusammenhang erstellen wir in regelmäßigen Abständen einen Corporate Carbon Footprint (CCF), welcher die CO<sub>2</sub>-Bilanz unseres gesamten Unternehmens abbildet, und betrachten stetig unseren kompletten Wertschöpfungsprozess sowie alle Management- und Unterstützungsprozesse.

Um in dieser Vielzahl von Prozessen mit all ihrer Komplexität stets einen adäquaten Überblick über unsere Verbräuche und damit über unsere energie- und umweltbezogene Leistung zu haben, setzen wir bereits seit einigen Jahren ein automatisiertes Messsystem ein, mit welchem alle Hauptverbraucher erfasst werden. Aber genauso wie wir permanent unseren Anlagenpark, unsere Infrastruktur und unsere Prozesse durch gezielte Maßnahmen effizienter gestalten, bauen

wir auch kontinuierlich unser Messsystem weiter aus. Dies gibt uns die Möglichkeit, sowohl Auffälligkeiten in Echtzeit zu erkennen und zu beheben als auch immer wieder neue Optimierungs- und damit Einsparpotenziale zu identifizieren und diese für uns zu nutzen.

Aber mit der Reduktion unseres Verbrauchs geben wir uns nicht zufrieden, sondern gehen auch an dieser Stelle noch einen Schritt weiter. So achten wir bei unserem Strom darauf, diesen ausschließlich aus regenerativen Quellen zu beziehen, und setzen zusätzlich sogar auf die Eigenerzeugung von Strom. Hierfür betreiben wir inzwischen bereits seit gut zwei Jahren eine eigene Photovoltaikanlage.

Unseren Wärmebedarf decken wir durch grünes Erdgas, welches einen weiteren Beitrag zum Klimaschutz leistet. Zudem werden sämtliche baulichen Maßnahmen stets auf Potenziale zur Energieeinsparung analysiert.

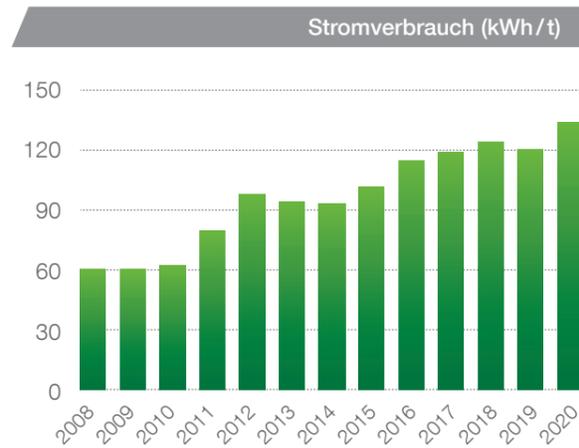
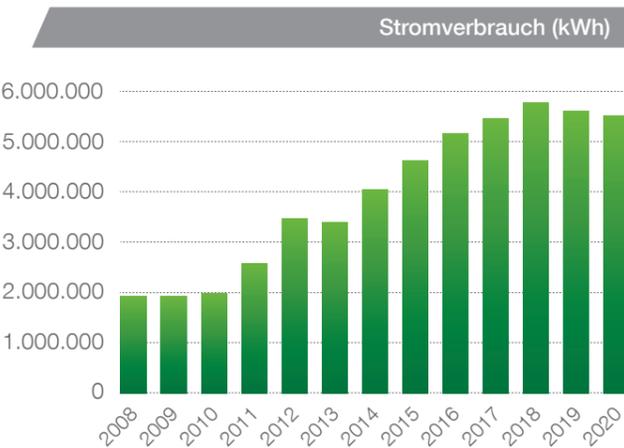
Zukünftig wollen wir auch im Bereich Mobilität und Dienstreisen das Thema Nachhaltigkeit stärker in den Fokus stellen. So ist aktuell die Infrastruktur für Elektromobilität in Planung und auf Flugreisen wird, wenn möglich, verzichtet.

# ENTWICKLUNG UNSERES STROMVERBRAUCHS

Eine moderne Produktion setzt sich aus vielen komplexen Prozessen zusammen. Diese Prozesse verfügen über gegenseitige Wechselwirkungen. Dies führt auf der einen Seite zu positiven Entwicklungen wie beispielsweise einer fortlaufend wachsenden Produktionskapazität und stetig steigenden Hygiene- und Qualitätsstandards, auf der anderen Seite zu einer Erschwerung der Reduzierung der Energieverbräuche.

Doch mit Hilfe unserer automatischen Energieerfassungssoftware und einer Vielzahl von Maßnahmen und Investitionen wissen wir um die entscheidenden Möglichkeiten, an den richtigen Stellschrauben anzusetzen und einem Mehrverbrauch entgegenzuwirken. Der größte Bestandteil unseres Energieverbrauchs fällt dabei auf den Energieträger Strom. Hier sind unsere Hauptverbraucher beispiels-

weise die Kühlung sowie die Druckluft und Vakuumerzeugung. Das heißt Prozesse, auf die selbstverständlich nicht verzichtet werden kann und bei denen keine qualitativen Abstriche gemacht werden können. Dennoch ist es uns durch Investitionen in die Anlagen-, Druckluft- und Klimatechnik gelungen, in den vergangenen beiden Jahren unseren absoluten Stromverbrauch zu reduzieren. Aber auch beim relativen Stromverbrauch konnten wir im Jahr 2019 eine Verbesserung verzeichnen und unsere Ziele erreichen. Diese Zielerreichung ist uns im Jahr 2020 aufgrund einer geringeren Produktionsauslastung und einer zusätzlichen Kühlung leider nicht gelungen. Jedoch wurden umgehend Maßnahmen wie beispielsweise eine Verbesserung der Auslastung sowie eine weitere Reduzierung der Druckluftleckagen in Angriff genommen, um auch in diesem Bereich die fortlaufende Verbesserung weiterhin zu verfolgen.

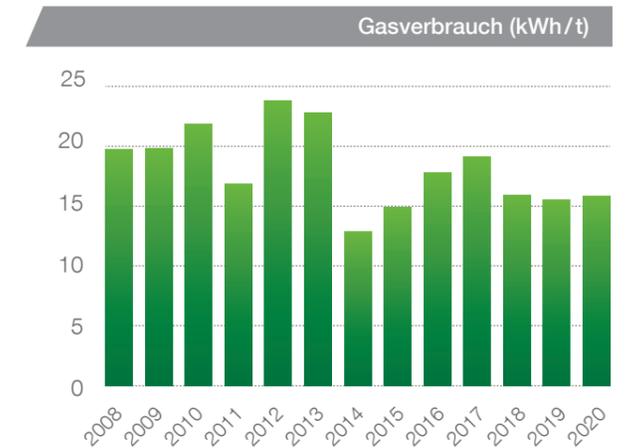
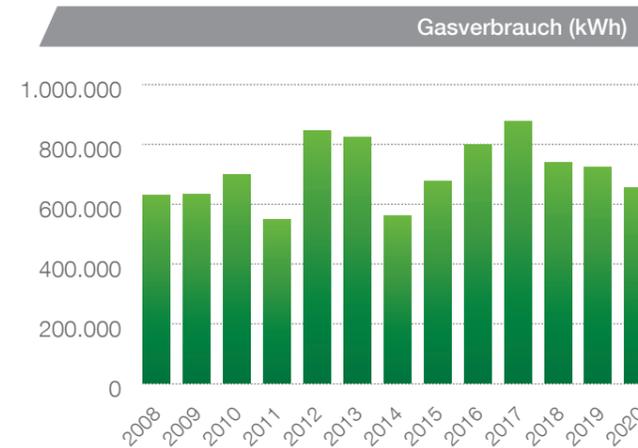


# ENTWICKLUNG DES GAS- UND WASSERVERBRAUCHS

Bei dem Energieträger Gas zeigen unsere immerwährenden Bemühungen und Maßnahmen wiederholt deutliche Ergebnisse. So konnten wir den Gasverbrauch im Jahr 2020 im Vergleich zu 2018 um 11,6 % beziehungsweise im Vergleich zu 2017 sogar um 25,4 % reduzieren. Diese Verbesserung spiegelt sich ebenso beim relativen Gasverbrauch wider und hatte entsprechend auch zur Folge, dass wir sowohl im Jahr 2019

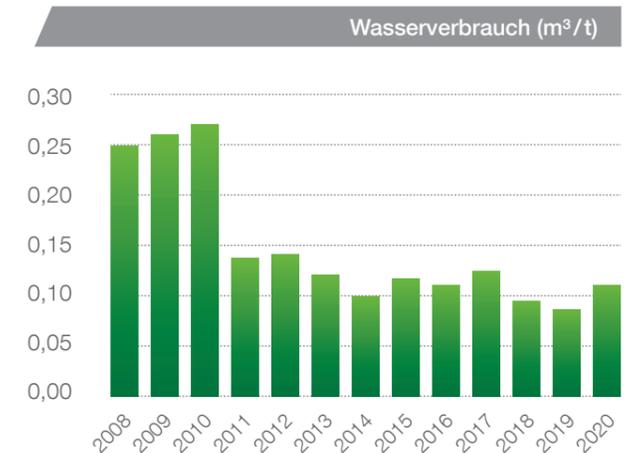
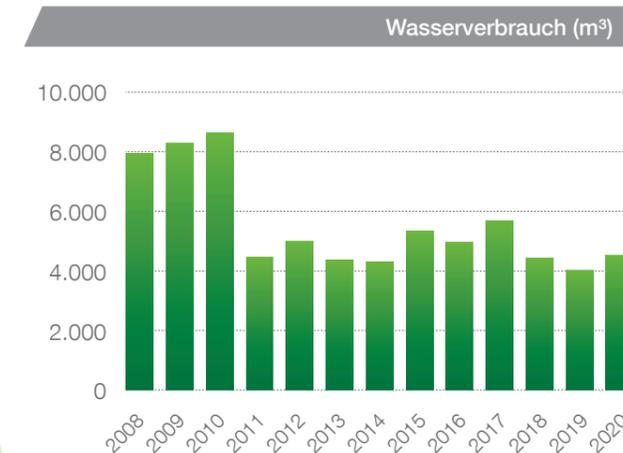
als auch im Jahr 2020 unsere ambitionierten Ziele deutlich übertroffen haben.

Neben der Optimierung des absoluten und relativen Gasverbrauchs sind wir noch einen Schritt weitergegangen und haben die Auswirkung unseres Gasverbrauches komplett gewandelt. So beziehen wir seit Anfang 2020 ausschließlich CO<sub>2</sub>-neutrales Gas.



Um unseren hohen Hygiene- und Qualitätsansprüchen Genüge tun zu können, sind hohe Reinigungs- und Kühlleistungen essenziell. Die damit verbundenen Wassermengen beziehen wir nach wie vor zu 100 % aus unserem Stadtwasseranschluss. Da Wasser eine ebenso wertvolle Ressource wie die Energieträger darstellt, monitoren wir unseren Wasserverbrauch in vergleichbar detaillierter Weise. So konnten wir im Jahr 2020 im Vergleich zu 2008 eine Verbesserung des absoluten Wasserverbrauchs von 42,8 % und des relativen

Verbrauchs sogar von 55,8 % verzeichnen. Im Jahr 2019 war die Verbesserung sogar noch größer und das gesetzte Ziel von 95 Litern pro Tonne Produkt konnten wir mit einem Ergebnis von 86 l/t sogar übertreffen. Auf diesem Erfolg wollten wir uns nicht ausruhen. Im Gegenteil: Wir setzten uns für das Jahr 2020 ein ebenso ambitioniertes Ziel. Allerdings konnten wir es aufgrund von kleineren Chargen und häufigeren Produktwechseln, welche mit erhöhtem Reinigungsaufwand verbunden waren, leider nicht erreichen.



# CORPORATE CARBON FOOTPRINT

In regelmäßigen Abständen erstellen wir eine CO<sub>2</sub>-Bilanz unseres gesamten Unternehmens, und dies seit nunmehr sieben Jahren. Die Erstellung dieses Corporate Carbon Footprint erfolgt auf Basis des Greenhouse Gas Protocol und setzt sich aus drei Kategorien zusammen, welche mit Scope I bis Scope III betitelt werden.

## Scope I

Hierzu zählen direkte Emissionen aus Quellen, die sich im Eigentum des Unternehmens befinden oder direkt vom Unternehmen kontrolliert werden. Dies umfasst bei uns Treibstoff- und Gasverbräuche.

## Scope II

Die Scope-II-Emissionen umfassen indirekte Quellen in Verbindung mit der Erzeugung zugekaufter Energie (Strom, Wärme und Dampf), die vom Unternehmen verwendet wird. Bei Frischpack sind an dieser Stelle die Emissionen aus dem Bezug von Strom anzusetzen.

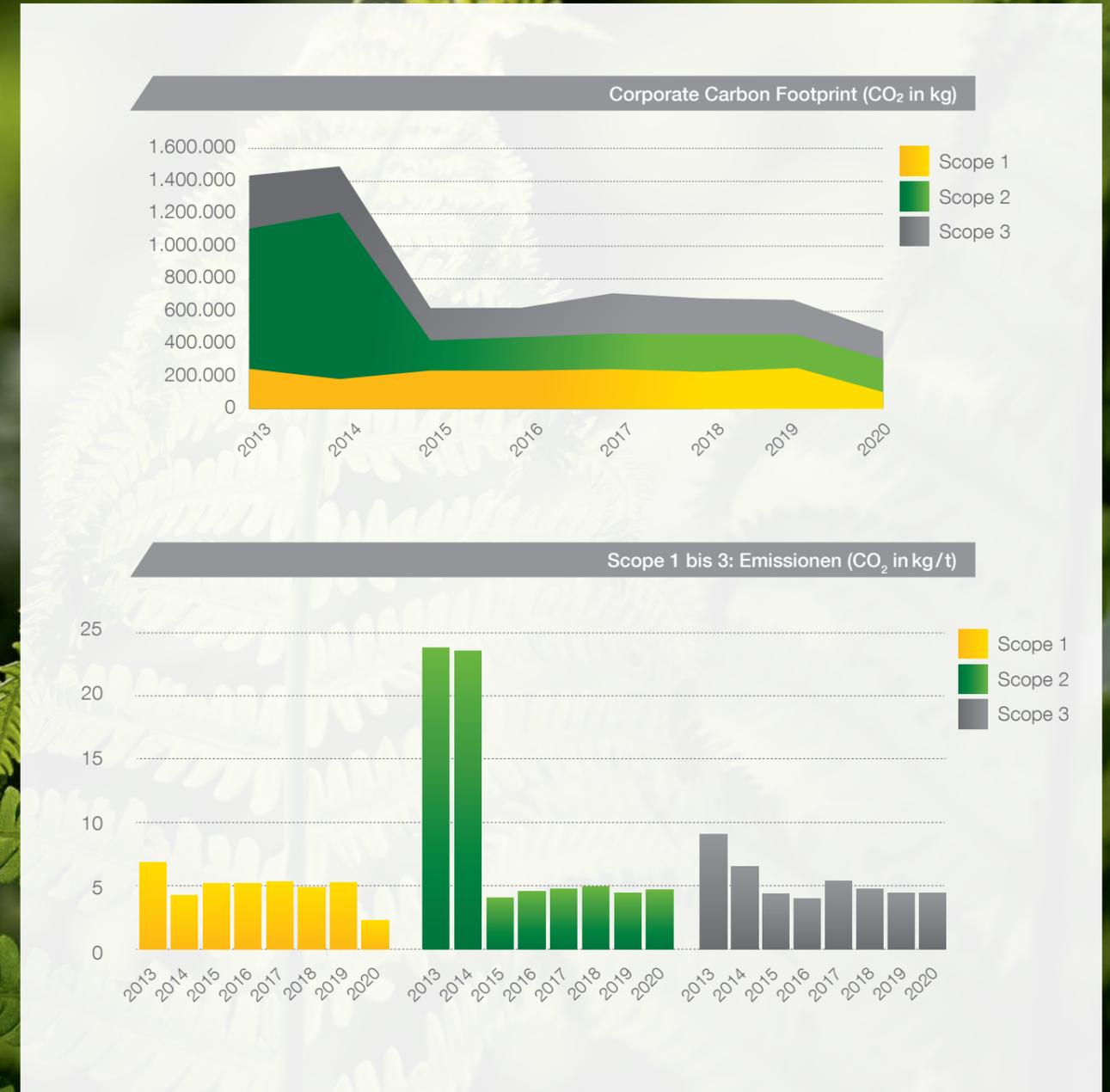
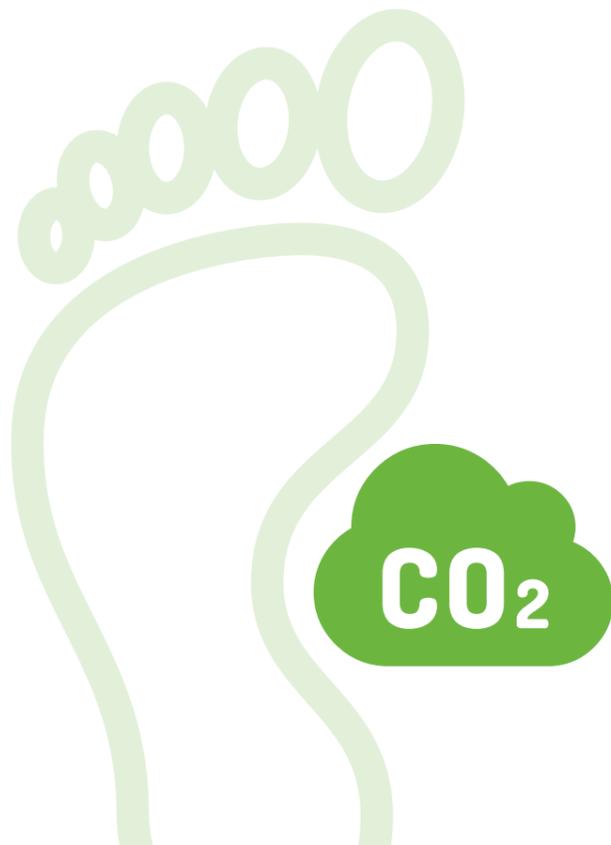
## Scope III

In Scope III werden alle anderen indirekten Emissionen angegeben, die durch Aktivitäten des Unternehmens entstehen, deren Quellen sich aber weder im Besitz des Unternehmens befinden noch vom Unternehmen kontrol-

liert werden. An dieser Stelle wurden Flugreisen, Abfälle und die Wasserversorgung und anschließende Wasserentsorgung berücksichtigt.

So haben wir auch für die Jahre 2019–2020 wieder den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unseres Unternehmens bestimmen lassen. Mit diesem Instrument erhalten wir eine zusätzliche Übersicht über die mit unseren Tätigkeiten verbundenen Emissionen und können noch stärker darauf eingehen sowie entsprechend reagieren. Dass wir mit unseren Maßnahmen auf dem richtigen Weg sind, bekamen wir somit zuletzt gleich auf zwei Wegen bescheinigt.

Zum einen erhielten wir die Bestätigung als klimaneutrales Unternehmen, zum anderen zeigt der aktuelle CCF eine deutliche Verbesserung auf. So konnten wir uns im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorberichts-jahr 2018 im Bereich Scope I um beachtliche 59 % absolut und 54 % in Relation zur Produktionsmenge verbessern. Aber auch im Scope II und Scope III konnten wir durch die Vielzahl unserer Maßnahmen weitere Verbesserungen konstatieren. In Zahlen lassen sich diese Verbesserungen im Scope II mit einer Reduzierung um 16 % absolut und 5 % relativ sowie im Scope III mit einer Reduzierung um 18 % absolut und 7 % relativ festhalten.



# KLIMANEUTRALES UNTERNEHMEN FRISCHPACK

Wer von Nachhaltigkeit spricht, muss sich mit einem der Hauptthemen – der Vermeidung und Kompensation von Emissionen – auseinandersetzen. Emissionen sind Ausstöße von umweltschädigenden Stoffen. Diese bedrohen insbesondere unsere Atmosphäre, da sie zum einen den Treibhauseffekt unseres Planeten verstärken und zum anderen die Ökosysteme durch Versauerung sowie die menschliche Gesundheit gefährden.

Um dieser Bedrohung zu begegnen und die Gefährdung einzudämmen, gibt es international wie national verschiedenste Bemühungen und ehrgeizige Zielsetzungen. So ist im Pariser Klimaabkommen festgehalten, dass die Erderwärmung auf maximal 1,5 bzw. 2 °C begrenzt werden soll. In dem Zusammenhang hat sich die Bundesrepublik

Deutschland zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2050 klimaneutral zu werden. Ob dies erreicht werden kann, ist politisch stark umstritten.

Frischpack setzt inzwischen klare Zeichen. Durch das Betreiben seiner Managementsysteme, die fortwährende Verbesserung seiner energie- und umweltbezogenen Leistung, die zahlreichen Optimierungsmaßnahmen und nun auch durch die Förderung verschiedener Klimaprojekte, hat die Frischpack GmbH es bereits 2020 geschafft, klimaneutral zu werden!



## ECHTE KOMPENSATION VERLANGT NACH SINNVOLLEN PROJEKTEN

Neben der stetigen Reduktion seines CO<sub>2</sub>-Fußabdruckes kompensiert Frischpack die verbleibende Restmenge durch aktive Teilnahme an anerkannten und als sinnvoll eingestuft Klimaprojekten. In diesem Zusammenhang hat sich Frischpack mit kompetenter Unterstützung eines

zertifizierten Partners vier Klimaprojekten angenommen. Dabei wurde bewusst darauf geachtet, sowohl international als auch national zu agieren, um möglichst umfassend zur Verbesserung der Klimabilanz beizutragen.

### Frischer Wind für eine saubere Umwelt

Da die Erzeugung von regenerativer Energie per se für Frischpack einen sehr hohen Stellenwert besitzt, lag es nahe, neben dem Betrieb der eigenen Photovoltaikanlage weitere Projekte einer klimaneutralen Energiegewinnung zu unterstützen: so den Windpark auf der Philippineninsel Luzon. Er gehört zu einem mit höchstem internationalen Standard ausgezeichneten Projekt namens „Windenergie auf den Philippinen“. Hier werden auf 625 Hektar mittels 27 Turbinen durchschnittlich 270.000 Megawattstunden pro Jahr erzeugt.



1. Windenergie auf den Philippinen

Mit diesem Projekt verknüpft ist das Engagement „Plastikflut aufhalten“. Hierbei unterstützt Frischpack Müllsammler auf Haiti, Indonesien und auf den Philippinen. Für jede Tonne CO<sub>2</sub>, welche durch die Erzeugung des Ökostroms mittels Windkraft auf den Philippinen kompensiert wird, sorgt Frischpack für das Social Recycling von zehn Kilo-

ogramm Plastikmüll. Dadurch haben die Müllsammler die Möglichkeit, den gesammelten Müll an zentral eingerichteten Sammelstationen, sogenannten Plastic Banks, gegen Lebensmittel, Trinkwasser, Geld oder auch Schulgebühren einzutauschen. So kommen beachtliche 3.000 Kilogramm Müll pro Jahr zusammen, die unseren Planeten nicht weiter belasten.



2. Plastikflut aufhalten

Mit jedem Baum bekommt unsere Zukunft festere Wurzeln



3. Waldschutz am Amazonas



4. Bäume pflanzen in Deutschland

Das Projekt „Waldschutz am Amazonas“ ist ebenfalls zertifiziert und erreicht den „Verified Carbon Standard“. Dabei werden die Wälder, welche eines der artenreichsten und gleichzeitig meistbedrohten Ökosysteme der Welt darstellen, unter anderem vor Brandrodung und illegalem Holzeinschlag geschützt.

Damit kombiniert ist das Klimaschutzprojekt „Bäume pflanzen in Deutschland“. Hier sorgt Frischpack dafür, dass pro am Amazonas kompensierte Tonne CO<sub>2</sub> in deutschen Wäldern je ein neuer Baum gepflanzt wird. Mit Weitblick: So wird z. B. im Raum Garmisch-Partenkirchen darauf geachtet, dass durch die Pflanzung von robusten Tannen wieder ein widerstandsfähiger, gesunder Mischwald entsteht. Insgesamt kommen pro Jahr rund 300 neu gepflanzte Bäume zusammen.

# UNSERE ROHSTOFFE.

## Rohstoffmanagement bei Frischpack.

Hochwertige Rohstoffe sind die Grundlage für ein gutes Produkt. Daher beschäftigen wir uns bei Frischpack ausgiebig mit dem Thema Rohstoffmanagement und einer hochwertigen Verwertung der Rohstoffe. Die verantwortungsvolle Nutzung der Rohstoffe ist dabei für uns eine wesentliche Grundlage für nachhaltiges Wirtschaften. Zu den Rohstoffen, die wir beziehen, gehören im Wesentlichen Käserohwaren, Kartonagen sowie Folien.

## EIN WICHTIGER INDIKATOR: DIE CO<sub>2</sub>-BILANZ

Um die angesprochenen Rohstoffe bei Frischpack verarbeiten zu können, müssen diese natürlich zu uns nach Bayern transportiert werden. Dies führt leider unvermeidlich zu Emissionen und anderen negativen Umweltauswirkungen. Wir achten daher auf eine möglichst optimale Auslastung der Lkw (über Doppelstockverladung, Tourenplanung, optimale Palettenhöhen, Mengenbündelung usw.) und setzen auf Logistikdienstleister mit einem modernen, möglichst umweltfreundlichen Fuhrpark. Somit reduzieren wir die Emissionen der Käseanlieferung auf ein mögliches Minimum, was sich auch in der CO<sub>2</sub>-Bilanz widerspiegelt. Die Transporte der Rohwaren zu Frischpack verursachen weniger als 3 % der Gesamtemissionen des Produktes (siehe Grafik Product Carbon Footprint Emmentaler).

Als verantwortungsvoller Partner unserer Kunden wollen wir über die reine Auswahl der bestgeeigneten Rohstoffe hinaus eine möglichst umweltschonende und effiziente Herstellung, bis hin zur Wiederverwertung der Verpackungen, ermöglichen. Dabei stehen immer die Produkt-

sicherheit und -qualität im Fokus, aber dennoch arbeiten wir im Rahmen unseres Rohstoffmanagements daran, Transporte zu optimieren, Rohstoff- und Produktverluste zu vermeiden und Abfälle möglichst so zu trennen, dass eine hochwertige Verwertung möglich ist. Um unsere Einflussmöglichkeiten in den verschiedenen Lebenszyklen der Produkte besser bewerten zu können, haben wir bereits für einige Produkte CO<sub>2</sub>-Bilanzen erstellt.

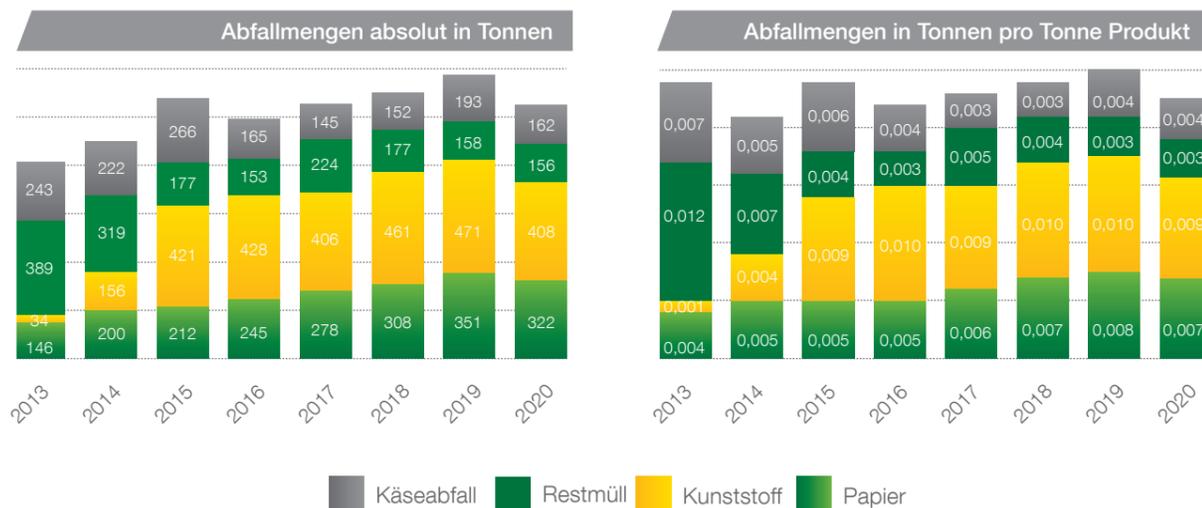
Am Beispiel des Product Carbon Footprints für einen bei Frischpack zu einem Keilstück verarbeiteten und verpackten Emmentaler zeigt sich sehr eindrucksvoll der Einfluss des Rohstoffs auf die CO<sub>2</sub>-Bilanz des Gesamtproduktes. Von den entstehenden ca. 6,64 kg CO<sub>2</sub>/kg Produkt entfallen etwa 83 % auf den Rohstoff Käse. Die Käseherstellung und -anlieferung sowie die Herstellung und Distribution der Verpackungsmaterialien sind weitere relevante Emissionsquellen. Durch die CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion bei Frischpack fallen die hier entstehenden Emissionen nicht mehr ins Gewicht.

### Product Carbon Footprint Emmentaler



Diese Erkenntnisse zeigen, dass ein schonender und gleichzeitig effizienter Umgang mit natürlichen Ressourcen eine Kernkompetenz unseres Handelns sein muss. Dies ist ein wesentlicher Beitrag, den wir für eine zukunftsfähige Gesellschaft leisten können. Bei den verwendeten Rohstoffen achten wir daher ganz besonders auf frische und qualitativ hochwertige Käserohwaren, die unseren Qualitäts- und Hygienestandards gerecht werden. Durch unser Know-how, modernste Anlagen und Technik sowie die stetige Weiterentwicklung unserer Produktionsprozesse konnten wir in der Vergangenheit bereits beachtliche Erfolge bei der Reduzierung von Rohstoff- und Produktverlusten erzielen. Unser Bestreben nach kontinuierlicher Verbesserung führte dazu, dass wir die Käseabfälle bezogen auf die Produktionsmenge seit 2013 mehr als halbieren konnten.

Wir messen uns aber nicht nur an den Käseabfallmengen, sondern wir monitoren unser gesamtes Abfallmanagement. Neben dem Erfolg bei der Reduzierung des Käseabfalls konnten wir auch den Anteil Restmüll durch bessere Trennung der Abfallfraktionen am Standort um mehr als 71 % seit 2013 reduzieren. Die Gesamtabfallmenge pro Tonne Produkt konnten wir so zwar nicht signifikant senken, was im Wesentlichen auf kontinuierlich steigende Hygieneanforderungen bei der Rohwarenanlieferung zurückzuführen ist, aber wir können durch unser Abfallmanagement dazu beitragen, dass die entstehenden Abfälle möglichst hochwertig verwertet werden.



Ein umsichtiges Abfallmanagement ist somit ein wesentliches Moment, wenn es um die verantwortungsvolle Nutzung von Ressourcen geht. Dies bedeutet für uns, Abfälle, wo möglich, zu vermeiden und zu reduzieren. Dazu optimieren wir unsere Prozesse kontinuierlich dahingehend, dass Blockmaße angepasst werden und wir Zuschnitte einheitlich gestalten, um Abschnitte der Rohware und Verpackungsmaterialien zu reduzieren. Anfallende Abschnitte versuchen wir möglichst zu verwerten.

Dies muss natürlich immer in enger Absprache mit unseren Kunden erfolgen. Das gilt insbesondere auch im Bereich der Verpackungsoptimierung. Hier arbeiten wir kontinuierlich, gemeinsam mit unseren Kunden und Lieferanten, an nachhaltigen Verpackungslösungen.



# NACHHALTIGE VERPACKUNGSLÖSUNGEN: UNSER GREENLINE-KONZEPT

Die Produktqualität und die Unversehrtheit unserer Produkte auf dem gesamten Vertriebsweg bis hin zum Kunden hat bei Frischpack oberste Priorität. Daher sind wir aktuell noch auf die Verwendung von Kunststofffolien angewiesen. Da diese zum Großteil aus

Erdöl oder anderen endlichen Quellen stammen, legen wir einen besonders großen Fokus darauf, die Verwendung, die Menge und die Recyclingfähigkeit dieser Verpackungsmaterialien im Sinne der Umweltverträglichkeit zu optimieren.

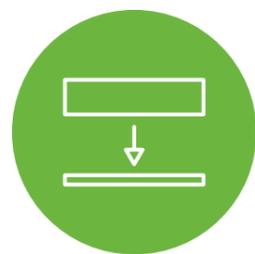
## Vorsprung durch Forschung

Unser Selbstverständnis als ein verantwortungsbewusster Technologieführer in Sachen Verpackungen und unser Anspruch als ein Vorreiter beim Thema Nachhaltigkeit in unserer Branche machen genau diesen Themenkomplex zu einem Spielfeld, auf dem wir unsere gesamte technische Expertise und die damit verbundene Innovationskraft voll zur Wirkung bringen können. Das haben wir getan. Die ersten Resultate unseres Engagements sind ein überzeugender Beweis hierfür.

Natürlich sind auch unsere Kunden und Lieferanten im Entwicklungsprozess für zukunftsfähige Verpackungslösungen involviert, denn neben dem Nachhaltigkeitsaspekt haben vor allem auch die Qualität und Sicherheit der Produkte eine hohe Priorität.

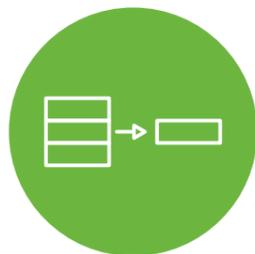
## Unser Greenline-Konzept

Zentrales Instrument für unsere systematische Herangehensweise bei der Entwicklung neuer nachhaltiger Verpackungslösungen ist unser Greenline-Konzept, das auf drei Säulen basiert:



Säule 1  
**Kunststoffreduzierung**

Die Materialstärke der Verpackung wird reduziert. Dadurch sparen wir CO<sub>2</sub> und endliche Ressourcen und verringern die Abfallmenge. Die Substitution von Kunststoff durch nachwachsende Rohstoffe wie z. B. Papier ist hier ebenfalls eine Lösung.



Säule 2  
**Recyclingfähige Verbund- und Monomaterialien**

Wir setzen für unsere bestehenden Verpackungsformate recyclingfähige Polyolefine, wie Polypropylen oder Polyethylen, ein. Durch die Wiederverwendung der Materialien schützen wir das Klima vor Treibhausgasen und schonen Ressourcen.



Säule 3  
**Biopolymere**

Für ausgewählte Verpackungsformate bieten wir ein Verpackungsmaterial auf Basis nachwachsender Rohstoffe an, welches nach der Verwendung kompostiert werden kann. So können Energie und CO<sub>2</sub>-Emissionen eingespart werden.

Auch Kartonagen machen einen großen Anteil unserer Verpackungen aus. Für sie wird Holz aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern verwendet, da wir nur Pappe mit FSC-Zertifikat beziehen.

## Wertschöpfung durch Vorsprung

Dieser Vorsprung verschafft unseren Kunden nicht nur eine sichere Position gegenüber den anstehenden EU-Richtlinien, Gesetzgebungen oder Recyclingquoten. Er ermöglicht es ihnen auch, echten Mehrwert für ihre Produkte zu generieren: Auf Wunsch können wir für unsere Kunden die verbliebenen CO<sub>2</sub>-Emissionen nach der Optimierung der Verpackungen durch zertifizierte Projekte kompensieren. Sie können damit die Klimaneutralität ihrer Verpackungen transparent und nachvollziehbar kommunizieren.

## Über diese Verpackungen freut sich die Umwelt

Im Rahmen unseres Greenline-Konzepts haben wir bereits eine Vielzahl von konkreten Lösungen entwickelt, die wir zum Teil auch schon unseren Kunden anbieten können. Hier fünf Beispiele:

### Beispiel 1

#### Folienstärkenreduzierung bei Scheiben-Kleinpackungen



- Kunststoffreduktion Unterfolie um **ca. 12 %\***
- Reduktion Schalgewicht um **ca. 10 %\***
- Reduktion CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Schale um **ca. 10 %\***

### Beispiel 2

#### Papierkaschierte Unterfolie bei Scheiben-Kleinpackungen



- Kunststoffreduktion Unterfolie um **ca. 80 %\***
- Reduktion CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Schale um **ca. 60 %\***
- Trennung per Hand von Papier und Kunststoff möglich
- Papier und Kunststoff getrennt voneinander entsorgbar
- Einzelkomponenten recyclingfähig

### Beispiel 3

#### Polyolefinbasierte Folien bei Scheiben-Kleinpackungen



- Recyclingfähige Gesamtverpackung (Ober- und Unterfolie)
- Reduktion Packungsgewicht um **ca. 13 %\***
- Reduktion CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Packung um **ca. 45 %\***

### Beispiel 4

#### Papierkaschierte Folie für Stücke und Reibekäse



- Kunststoffreduktion Folie bei Stücken um **ca. 25 %\***
- Kunststoffreduktion Folie bei Reibekäse um **ca. 30 %\***
- Teilweise Substitution von Kunststoff durch Papier aus nachwachsenden Rohstoffen

### Beispiel 5

#### Folie auf Basis von Cellulose + Mais für Stücke und Reibekäse



- Aus kompostierbaren zertifizierten Materialien
- Kompostierbar nach EN 13432 (industriell kompostierbar)
- Cellulose aus PEFC-zertifizierter Forstwirtschaft
- Aus überwiegend natürlichen und nachwachsenden Rohstoffen
- Plastikfrei

## Es geht immer noch besser

Unser Greenline-Konzept ist ein kontinuierlicher Entwicklungsprozess ohne definierte Zielwerte. Gemeinsam mit unseren Partnern arbeiten wir konsequent an allen drei Säulen weiter und schaffen so immer wieder neue Perspektiven und Möglichkeiten, unsere Verpackungen noch nachhaltiger zu gestalten.

\* Im Vergleich zu den aktuellen Materialzusammensetzungen der eingesetzten Folien.

# UNSERE BELEGSCHAFT.

Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt.



Unsere Belegschaft ist das Rückgrat unseres Unternehmens und damit das Rückgrat unseres Erfolgs. Jeder Einzelne unserer Mitarbeiter trägt seinen Teil bei. Seinen Teil zu unserer Teamleistung. Das ist es, was uns auszeichnet und uns stolz macht.

Nur durch das Engagement eines jeden Einzelnen unserer Belegschaft schaffen wir es, immer wieder neue Ideen zu entwickeln und umzusetzen sowie Bestehendes zu hinterfragen und uns auf den bisherigen Erfolgen nie auszuruhen, sondern auch in diesen Bereichen stets weiterzuarbeiten. So können wir auch bei solchen Themen immer wieder Verbesserungen verzeichnen und weitere Erfolge bewerkstelligen.

Aus diesem Grunde versuchen wir wo immer möglich unsere Mitarbeiter in die Entwicklungsprozesse unseres Unternehmens direkt einzubinden und so mit ihnen gemeinsam die nächsten Weichen zu stellen. Dies erfolgt durch die tägliche enge Zusammenarbeit und die dabei gewohnte Vertrautheit und Offenheit sowie durch flache Hierarchiestrukturen und kurze Dienstwege. Aber auch im Rahmen unseres integrierten Managementsystems wird ein entsprechender Austausch zwischen den Teams gelebt. Wir nehmen jeden Vorschlag und Hinweis aber auch jeden Wunsch und jede Sorge ernst und gehen ihnen diesen strukturiert und zielorientiert nach.

Mit Hilfe dieses Inputs streben wir fortwährend danach, heute und auch in Zukunft an unsere Erfolge anzuknüpfen. Um dies bewerkstelligen zu können, setzen wir vor allen Dingen auf Innovation. Dass wir dies mit Erfolg betreiben, spiegelt auch die 2019 erhaltene TOP-100-Auszeichnung als „Top-Innovator“ wider.

Diese Auszeichnung wird seit 1993 in einem unabhängigen Auswahlverfahren anhand wissenschaftlicher Systematiken bewertet und an mittelständische Unternehmen mit besonderer Innovationskraft und überdurchschnittlichen Innovationserfolgen verliehen. Wir konnten dabei vor allem in der Kategorie „Innovative Prozesse und Organisation“ überzeugen.

Wie im Mannschaftssport können wir diese Spitzenleistung jedoch ebenso nur als Team erreichen. Es ist das routinierte Ineinandergreifen der vielen einzelnen Schnittstellen zu einem komplexen Ganzen. Daher sind wir auf jeden unserer Mitarbeiter angewiesen, aber auch dankbar für seine Beteiligung und sein Engagement.

Diese Dankbarkeit vermitteln wir im direkten Mitarbeitergespräch, aber auch durch die Wertschätzung, die wir unseren Mitarbeitern entgegenbringen. Dafür haben wir vier Grundprinzipien für uns etabliert und agieren auf dieser Basis als attraktiver Arbeitgeber.





## FRISCHPACK ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

Um Mitarbeiter zu akquirieren, zu fördern und zu binden, sehen wir es als unsere Verantwortung, ein angenehmes und motivierendes Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem jeder unserer Beschäftigten die Möglichkeit hat, sich möglichst individuell zu entfalten und weiterzuentwickeln. Diese Bestrebungen forcieren wir auf Basis unserer vier Leitsätze, welche wir täglich leben:



### Wir spüren Zusammenhalt.

Denn unsere Teams geben jeden Tag ihr Bestes. In einer vertrauensvollen und partnerschaftlichen Zusammenarbeit. Für ein Gemeinschaftsgefühl, das verbindet. Mit vielen packenden Momenten.



### Wir stehen für Verantwortung.

Denn wir legen viel Wert auf eigenverantwortliches Arbeiten, Engagement und Eigeninitiative. Dafür bieten wir unseren Mitarbeitern – wann immer es geht – Gestaltungsfreiräume. Nachhaltig und lösungsorientiert. Genau das macht uns so erfolgreich. Und es eröffnet unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine sichere und langfristige Perspektive.



### Wir leben Dynamik.

Bei uns ist kein Tag wie jeder andere. Wir wachsen in nationalen und internationalen Märkten, steigern unseren Absatz kontinuierlich, investieren in die Zukunft unserer Beschäftigten und in modernste Technologien.

Das bedeutet: Dynamik am laufenden Band. Und genau die können unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mitgestalten. Denn wir sind offen für Veränderungen und neue Ideen. Damit wir uns gemeinsam immer weiterentwickeln.



### Wir haben unsere ganz persönliche Formel für Stolz.

Diese Formel lautet: DE BY 13136. Für uns ist das viel mehr als ein Verpackungscode: Es ist unser Zeichen für „Das haben wir verpackt“, für Leidenschaft und Identifikation. Und das ist auch der Beweis dafür, dass wir Appetit auf Käse machen: für bekannte Marken, den Groß- und Einzelhandel, die Gastronomie und für die Weiterverarbeitung. Für Lebensmittel, die uns täglich begegnen: im Käseregal, beim Hotelfrühstück, in der Babynahrung oder beim Imbiss unterwegs. BY? Für uns mehr als die Kennzeichnung unseres Standortes Bayern. BY bedeutet für uns ganz klar: Heimat – die schönste, die wir uns vorstellen können. Denn wir leben und arbeiten da, wo andere Urlaub machen.

# WIR UND UNSERE MITARBEITER – KOMMUNIKATION UND AUSTAUSCH

Unsere Mitarbeiter sind unser Garant für den Unternehmenserfolg, dementsprechend ist die Kommunikation mit unseren Mitarbeitern ein wichtiger Baustein. Ein regelmäßiges Feedback zu geben zu und erhalten ist sowohl für die Mitarbeiter als auch für die Führungskräfte wichtig. Daher führen wir regelmäßig strukturierte Feedbackgespräche mit all unseren Mitarbeitern.

Um den Informationsfluss in schnellen Zeiten nicht abreißen zu lassen, informieren wir unsere Mitarbeiter regelmäßig durch unsere Mitarbeiterzeitung über aktuelle Entwicklungen, Änderungen, Ereignisse und Aktionen. Die angesprochenen Aktionen sind für uns ebenfalls ein wichtiges Kommunikationsinstrument und auch Zeichen der Anerkennung für unsere Belegschaft, denn manchmal sind es auch die kleinen Dinge, wie z. B. Nikolause und Adventskalender in der Weihnachtszeit oder die Krapfen zum Fasching, die von Anerkennung und Dankbarkeit zeugen.

Zudem bieten wir mit Job-Rad- und Betriebssport-Angeboten die Möglichkeiten, fit und gesund zu bleiben. Dass dies dankend angenommen wird, zeigt beispielsweise die weitere Steigerung der Job-Räderanzahl im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorberichtsyear 2018 um 22 %. Dies fördert nicht nur die Gesundheit unserer Mitarbeiter, sondern schon gleichzeitig die Umwelt. Zusätzlich fördern gemeinsames Laufen, Fitness oder Yoga auch den Teamgeist.

Und viele unserer Aktionen sind bereits gute Tradition geworden. Wie auch die Jahre zuvor, haben wir es beibehalten, den Buß- und Betttag zu nutzen, um die bei uns arbeitenden Eltern zu unterstützen und den Käseappetitmachern von morgen mit Spiel und Spaß die Frischpackwelt näherzubringen.

Am Buß- und Betttag ist in Bayern schulfrei. Dies stellt die Eltern vor die Herausforderung, die Kinderbetreuung und Ihren Arbeitsalltag unter einen Hut zu bekommen. Wir lassen unsere Mitarbeiter mit dieser Problematik nicht allein, sondern bieten ihnen die Möglichkeit, ihre Kinder zwischen sechs und dreizehn Jahren mit zur Arbeit zu bringen. Dort übernehmen wir die Betreuung der Kinder mit besonderem Engagement. Denn für die Kinder soll es, wie inzwischen gewohnt, ein lehrreicher, aber vor allem auch unterhaltsamer Tag werden. So wurden die Kinder in coronafreien Zeiten durch unsere Produktion geführt, die Maschinen in Aktion gezeigt und alle ihre Fragen beantwortet. Anschließend ging es gemeinsam in das Spieleparadies nach Bad Aibling, wo Hüpfburgen, Kletterlabyrinth und Kartfahren für jede Menge Spaß bei allen Beteiligten sorgten. 2020 wurde aufgrund von Corona zuhause fleißig und mit viel Freude gebastelt. Anschließend bekam jedes teilnehmende Kind einen Flugdrachen geschenkt. Wir freuen uns, dass die Betreuung der Kinder nun bald wieder in unserem Hause stattfinden kann.

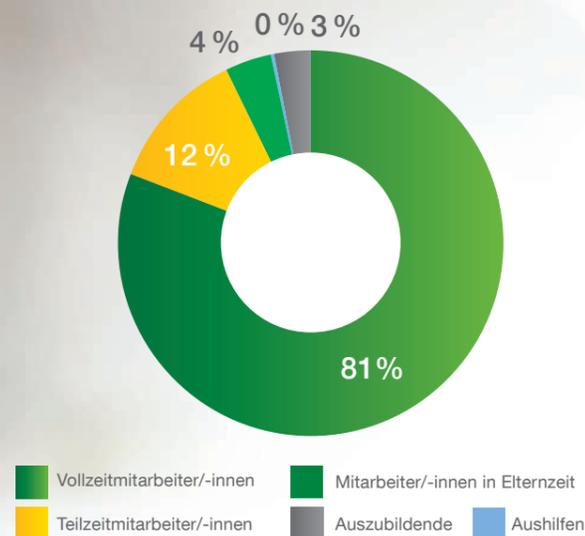


## SICH LANGFRISTIG GEMEINSAM WEITERENTWICKELN

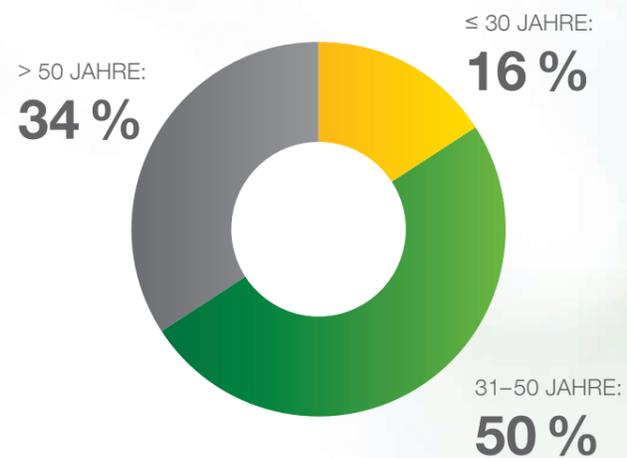
Die Redensart „Die Mischung macht's“ trifft auch auf die Altersstruktur unserer Belegschaft zu. Durch die Nachbesetzung in Rente gegangener Mitarbeiter mit jungen Nachwuchskräften verfügen wir über eine ausgewogene Altersstruktur im Unternehmen. Beispielsweise durch Schaffung von Arbeitsplatzbedingungen, welche auch für ältere Mitarbeiter geeignet sind, können wir eine ausgewogene Altersstruktur in unserem Unternehmen erreichen. Genau 50 % unserer Mitarbeiter sind im Alter von 30 bis 50 Jahren, hinzu kommen 16 % im Alter unter 30 Jahren und

34 %, welche älter als 50 Jahre sind. Somit können wir sowohl von jeder Menge Erfahrung und geballtem Know-how profitieren als auch unseren Unternehmensgeist mit jungen, innovativen Anregungen bereichern. Mit 42 % Frauen und 58 % Männern stellt sich die Geschlechterverteilung in unserem Unternehmen ebenso ausgeglichen dar. Einheitliche Vergütungskriterien für alle Mitarbeiter sowie keinerlei Differenzierung nach Alter, Geschlecht, Religion, Herkunft etc. sind für uns selbstverständlich.

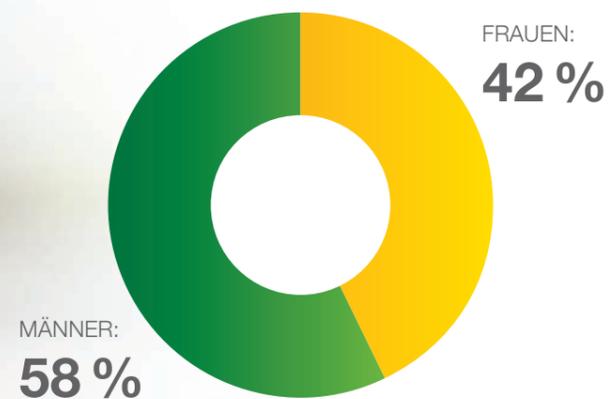
Aufteilung nach Arbeitnehmergruppen 2020



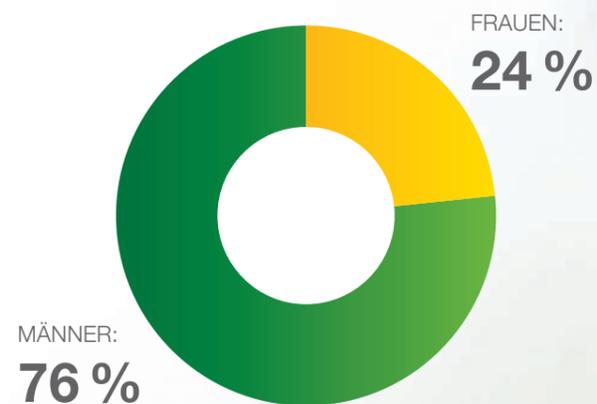
Altersstruktur 2020



Geschlechterverteilung gesamt 2020



Geschlechterverteilung auf Managementebene 2020



## DAUER DER BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT

Dass es die richtige Mischung macht, zeigt sich auch bei der Dauer der Unternehmenszugehörigkeit unserer Mitarbeiter. Hier haben wir ein ausgewogenes Verhältnis von jungen, neuen Mitarbeitern mit frischen Ideen und erfahrenen Mitarbeitern mit dem nötigen Verständnis von Betriebsabläufen und technischen Verfahren.

Die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter lässt sich auch an diesen Zahlen ablesen. Nicht ohne Grund sind uns etwa 55 % unserer Mitarbeiter bereits seit mehr als fünf Jahren und über 30 % der Belegschaft sogar seit mehr als zehn Jahren treu geblieben. Sie alle haben einen großen Anteil an unserem langfristigen Erfolg.

Betriebszugehörigkeit: Stand 2020



## FÖRDERUNG DER VEREINBARKEIT VON FAMILIE UND BERUF

Die Begrifflichkeit Work-Life-Balance ist auch im Deutschen längst kein Fremdwort mehr. Mitarbeiter brauchen nicht nur unseren Rückhalt und unsere Unterstützung, sondern auch die Geborgenheit in ihren Familien. Aus diesem Grund ist es uns seit jeher ein besonderes Anliegen, Zusatzschichten an Wochenenden und Feiertagen nach Möglichkeit zu vermeiden. Dies erreichen wir, indem wir unseren Maschinenpark konsequent optimieren und somit Stillstandzeiten minimieren beziehungsweise die Anlagenverfügbarkeit steigern. Zusätzlich bieten wir flexible Arbeitszeitmodelle und greifen bei Bedarf auf externe Dienstleister zurück. So ermöglichen wir es unseren Mitarbeitern beispielsweise, während der Elternzeit in Teilzeit bei uns zu arbeiten. Auf diese Weise können Familie und Beruf bestmöglich in Einklang gebracht werden.

Die hinzugezogenen externen Dienstleister werden ausschließlich über ausgewählte, geprüfte Personaldienstleister angefragt, sodass die Einhaltung von sozialen Standards stets gewährleistet ist. Ferner werden die Leiharbeiter dabei nach Möglichkeit in Festanstellung übernommen.

Aufgrund unseres Standortes in Deutschland sind für uns in Bezug auf Arbeitnehmerrechte und Arbeitssicherheitsstandards natürlich die national geltenden gesetzlichen Vorgaben maßgebend. Diese werden selbstverständlich eingehalten.



## LANGFRISTIGER ERHALT DER LEISTUNGSFÄHIGKEIT UND GESUNDHEIT DER BESCHÄFTIGTEN

Neben Freizeit- und Familienförderung sind die Aufrechterhaltung und Förderung der Gesundheit und des Wohlbefindens unserer Mitarbeiter für uns von höchster Priorität. Daher sind wir über die gesetzlichen Anforderungen weit hinaus bestrebt, entsprechend dienliche Maßnahmen zu erübrigen und umzusetzen.

Um auch diese Tatkraft in strukturierte Prozesse einzubinden, haben wir unser Ziel umgesetzt und unser Gesundheits- und Arbeitssicherheitsmanagement nun nach der Norm DIN EN ISO 45001 ausgerichtet (und mit Erfolg zertifizieren lassen). Ferner gehen wir beispielsweise auch im Bereich der Vorsorgeuntersuchung und der Ersthelfer über das Mindestmaß von 10 % hinaus und bieten die entsprechende Ausbildung allen Mitarbeitern an. Dieses Angebot wird in großer Zahl angenommen und zeugt von der beachtlichen Bereitschaft und dem Engagement unserer Mitarbeiter. Weitere Maßnahmen wie Spiegel für den Staplerverkehr, Schallschutz in der Produktion, ein in 2019 neu eingeführtes ERP-System (Navision) und ergonomische Verbesserungen wie Hebehilfen und höhenverstellbare Schreibtische sind nur einige Beispiele für unsere umgesetzten Bemühungen, die Sicherheit und den Gesundheitsschutz an den Arbeitsplätzen unserer Mitarbeiter stetig zu erhöhen. Hierfür finden in regelmäßigen Abständen ausführliche Bewertungen aller

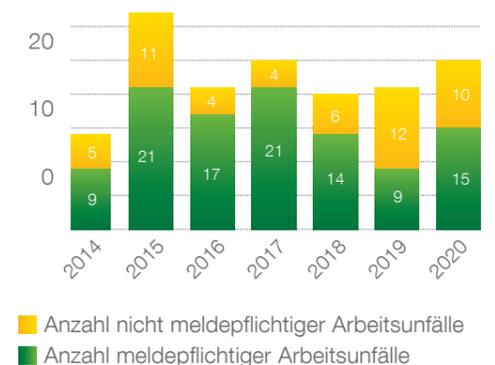
Arbeitsplätze in unserem Hause statt. Aber auch mit Blick über die Tätigkeitsdauer in unserem Unternehmen hinaus wollen wir unsere Mitarbeiter unterstützen und zahlen einen erhöhten Arbeitgeberzuschuss zur betrieblichen Altersvorsorge.

Klar definiertes Ziel im Bereich der Arbeitssicherheit ist immer die Anzahl von null Arbeitsunfällen. Das dies leider in den seltensten Fällen erreicht werden kann, liegt in der Natur der Sache. Um jedoch auch in diesem Bereich eine Verbesserung konsequent anzustreben, setzen wir uns die Reduzierung der Unfallzahlen und Ausfalltage als Jahresziele, erfassen jeden Unfall im Detail und werten ihn aus, um möglichst aus Fehlern lernen zu können. So sind wir in der Lage, sicherheitsfördernde Einrichtungen noch gezielter zu installieren und mit den auf diese Weise zusätzlich gewonnenen Erkenntnissen an unsere Mitarbeiter heranzutreten und sie für die Gefahren sowie für die bereitgestellten Schutzmaßnahmen und -ausrüstungen zu sensibilisieren.

Im Jahr 2020 ist die Zahl der Arbeitsunfälle und insbesondere der meldepflichtigen Unfälle im Vergleich zu den Vorjahren angestiegen. Dem werden wir in 2021 wieder mit entsprechenden Analysen und gezielten Maßnahmen entgegenwirken.



Arbeitsunfälle



# UNSERE SOZIALE VERANTWORTUNG.

Die aktive Förderung unserer Region.

Wir übernehmen Verantwortung nicht nur für ein qualitativ hochwertiges Produkt, sondern auch für unser soziales Umfeld. Dabei liegt der Fokus nicht nur auf unseren Mitarbeitern, sondern auch auf der Region Oberbayern, in welcher wir beheimatet sind.

## FÖRDERUNG DER AUSBILDUNG IN DER REGION

Unsere Mitarbeiter durch die Attraktivität der von uns gebotenen Arbeitsbedingungen an unser Unternehmen zu binden und ihnen auch langfristig einen sicheren Arbeitsplatz zu ermöglichen ist seit jeher unser Bestreben. Doch unser Engagement reicht über die bereits beschäftigten Mitarbeiter hinaus. So bringen wir uns auch Jahr für Jahr in der Nachwuchsförderung ein, bieten Schnupperpraktika oder andere individuelle Praktikallösungen auch in schwierigen Covid-19-Zeiten an und schaffen vor allen Dingen Ausbildungsplätze für die Mitarbeiter von morgen. Denn unser Anspruch ist es, nicht nur der jüngeren Generation das Wissen und die nötigen Fertigkeiten zu vermitteln, sondern sie aktiv zu fördern und sie nach Möglichkeit nach Abschluss ihrer Ausbildung auch zu übernehmen.

Im vergangenen Jahr 2020 haben wir die Anzahl unserer Auszubildenden von bislang vier auf nunmehr sieben fast verdoppelt. Dabei ist es uns sogar gelungen, noch einen zusätzlichen Ausbildungsberuf, Kaufmann/-frau für Büromanagement, mit in unser Ausbildungsprogramm aufzunehmen. Doch auch bei einer gestiegenen Anzahl an Auszubildenden legen wir denselben Wert auf eine umfassende Betreuung jedes Einzelnen. Wir integrieren die Auszubildenden direkt vom ersten Tag an in unser Team.



Dies bestätigt beispielsweise auch Maria Riedl, die Anfang September 2020 ihre Lehre zur Industriekaufrau bei uns begonnen hat: „**Ich habe mich gleich willkommen gefühlt und wurde von Anfang an in alles eingebunden.**“



Auch Arthur Gartmann, welcher bereits seit zehn Jahren im Unternehmen arbeitet, ist von den Möglichkeiten unseres Ausbildungsangebots begeistert. Nach acht Jahren als Maschinenführer hat er sich entschieden, ok eine Ausbildung zum Mechatroniker zu machen, und schildert: „**Durch die Ausbildung lerne ich die Maschinen von einer ganz anderen Seite kennen und bringe gleichzeitig mein Wissen als Maschinenführer ein.**“

Darüber hinaus unterstützen wir auch externe Bildungsmaßnahmen, beispielsweise der Deutschen Angestellten-Akademie, und übernehmen die Auszubildenden beziehungsweise führen die Ausbildung bei uns im Hause fort. In diesem Zusammenhang ist es uns wichtig, möglichst jedem die Chance auf eine Ausbildung bei uns zu ermöglichen, indem wir die Fahrtkosten der Auszubildenden zur Berufsschule komplett übernehmen.

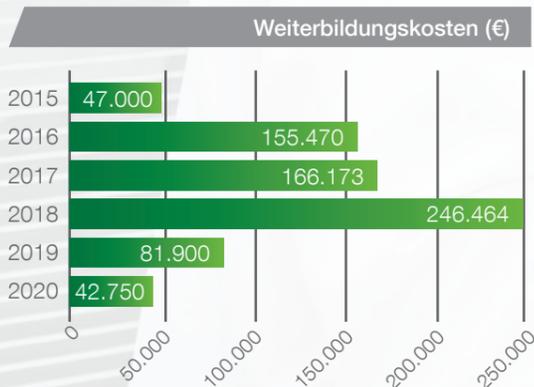
Um an die Käse-Appetitmacher von morgen heranzutreten, erstreckt sich unser Engagement ebenfalls auf die aktive Teilnahme an Ausbildungsmessen und Schulveranstaltungen sowie die Präsenz auf den Social-Media-Plattformen wie XING, LinkedIn und Kununu. Mit der Einführung unserer Aktion „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ und unserer Flyer-Aktion „Ausbildungsinitiative“ gehen wir einen weiteren Schritt auf potenzielle Bewerber zu und fördern darüber hinaus die Kommunikation über unsere Mitarbeiterzeitung.

# KOMPETENZ AUF ALLEN EBENEN – WEITERBILDUNG BEI FRISCHPACK

Das Thema Bildung, Förderung und Kompetenz endet bei uns jedoch in keinerlei Weise mit dem Abschluss der Berufsausbildung. 2018 beinhalten die Weiterbildungskosten z. B. auch eine einmalige Schulung zur Einführung unseres neuen ERP-Systems. Uns ist es grundsätzlich wichtig, unseren Mitarbeitern zu jedem Zeitpunkt die Möglichkeit zu geben, sich weiterzubilden. Daher gehen wir auch aktiv auf unsere Mitarbeiter zu. So haben wir beispielsweise im Rahmen der Erwachsenenweiterbildung im Jahr 2019 drei Maschinen- und Anlagenführer sowie vier weitere Mitarbeiter zum Ausbilder qualifiziert. Dies bringt nicht nur diese vier Personen weiter, sondern stellt auch für unsere Auszubildenden und damit für unser gesamtes Unternehmen eine enorme Bereicherung dar.

Für die kontinuierliche Weiterbildung unserer Mitarbeiter stellt Frischpack ein angemessenes Budget zur Verfügung. In den vergangenen beiden Jahren haben wir verstärkt auf die interne Schulung unserer Mitarbeiter gesetzt. Zudem konnten diverse Weiterbildungsmaßnahmen und Seminare in 2020 aufgrund der allgemeinen Pandemie-Situation nicht in dem Maße genutzt werden, wie wir uns dies gewünscht hätten.

Der zukünftige Bedarf für die Weiterbildung unserer Mitarbeiter wird weiterhin ermittelt, denn jeder gut ausgebildete und qualifizierte Mitarbeiter ist ein Gewinn für unser Unternehmen.



# UNTERSTÜTZUNG VON REGIONALEN PROJEKTEN

Verbundenheit mit der Region Oberbayern und ganz besonders mit unserem direkten Umfeld ist für uns Teil unserer Unternehmenskultur. Wir verstehen uns als Good Corporate Citizen und übernehmen daher sehr gerne auch Verantwortung für unsere Heimat und die Menschen, die hier leben.

Seit vielen Jahren unterstützt Frischpack bereits „Die Tafeln“ mit regelmäßigen Lebensmittelspenden und fördert sowohl regionale Vereine als auch diverse soziale Projekte. Als mittelständisches Unternehmen nehmen wir uns natürlich gerne Projekten in der Region an und freuen uns, etwas für Schulen, Sport- und Bildungseinrichtungen tun zu können.

In 2019/2020 haben wir uns bei unserem Sponsoring auf das Thema Spiel- und Sportangebote für Kinder und Jugendliche fokussiert und dabei drei tolle Projekte unterstützt. Hierbei haben wir von den ganz Kleinen bis zu den Teenagern alle Altersgruppen einbezogen.

So unterstützte Frischpack die KiTa Klostermäuse in Beyharting mit einem frisch geschreinerten Spielepodest. Von dort aus haben die betreuten Kinder nun freie Sicht auf ihre Umgebung und gleichzeitig haben sie ein interessantes, pädagogisch wertvolles Spielepodest zum Klettern, Krabbeln und Toben. Gemeinsam mit anderen Sponsoren übernahm Frischpack die Kosten für das Projekt und koordinierte die Planung und Umsetzung des Projektes mit einer örtlichen Schreinerei.



Neben dem Klettern wagten wir uns aber auch auf glattes Gefilde. Nach dem Motto „Frischpack on Ice“ fördern wir die Vereinsarbeit der „Aibdogs“ des EHC Bad Aibling. Dem EHC

wurde durch den bayerischen Eissportverband eine hervorragende Nachwuchsarbeit bescheinigt und das möchten wir gerne weiterhin unterstützen. Neben der Sichtbarkeit unseres Unternehmens im Stadion ist ein Gewinn für uns, dass wir Freikarten für Eishockey-Spiele und das öffentliche Eislaufen erhalten. Diese verlosen wir über unsere Mitarbeiterzeitung „Frisch ausgepackt“ an unsere engagierten Käse-Appetitmacher.

Auch unser Engagement beim Fußball haben wir weiter ausgebaut. Wir förderten mit Bandenwerbung den Ankauf einer mobilen Soccer-Arena für die Gemeinden Aßling, Emmering und Frauenneuharting. Die transportable Fußballbande umschließt ein 15 mal zehn Meter großes Fußballfeld, auf dem sorglos gekickt werden kann. Denn rundherum verhindert ein etwa drei Meter hohes Netz, dass der Ball verloren geht.

Die Soccer-Arena ist ein tolles Freizeitangebot für Jugendliche aller Altersklassen und eine Bereicherung für jedes Ereignis. Die Arena kommt vielseitig zum Einsatz: ob bei Ferienprogramm, Schul-, Gemeinde- und Sportfesten oder verschiedenen Veranstaltungen der Jugendzentren, der Vereine und der Feuerwehr. Ein toller Bonus für uns und unsere Mitarbeitergesundheit: Auch wir dürfen die Soccer-Arena einmal pro Jahr für eine Firmenveranstaltung ausleihen!



Wichtig ist für uns aber nach wie vor bei unserem Engagement, dass jede Spende, die allein der Förderung unserer Region dient, im Einklang mit den geltenden Gesetzen steht. Daher wird jedes Engagement vorab geprüft und von der Geschäftsführung genehmigt. Frischpack nimmt damit generell keinen Einfluss auf politische Prozesse, ist nicht im Lobbyregister der Europäischen Union vertreten, tätigt keine Zuwendungen an Regierungen und leistet auch keine Spenden an Parteien oder Politiker. Alles, was wir tun, tun wir allein, um unsere Region zu fördern.

# WIRTSCHAFTLICHKEIT IST UNSERE BASIS.

Für stetiges und verantwortungsvolles Wachstum.

Nachhaltig im Sinne der Umwelt und im sozialen Sinn ist auf Dauer nur praktizierbar, wenn man auch im wirtschaftlichen Sinne auf Langfristigkeit und Nachhaltigkeit setzt. Denn wir tragen Verantwortung unter anderem für die Mitarbeiter, die wir beschäftigen, für die Kunden, die wir beliefern, und für die Lieferanten, von denen wir unsere Rohstoffe beziehen. Daher ist es essenziell für uns, mit unseren interessierten Parteien im engen Austausch zu stehen, ihre Bedürfnisse und Erwartungen an uns zu verstehen und mit ihnen gemeinsam zu wachsen. Faire Vertragsbedingungen und Preise sind dabei für uns selbstverständlich.

Mit dieser Maxime sind wir in der Lage, unsere Geschäftstätigkeit und die damit verbundenen Wechselwirkungen/Beziehungen auch langfristig mit Verantwortung und Fürsorge aufrechtzuerhalten und sogar weiter auszubauen.

## PROFITABLES WACHSTUM

Auch in den Jahren 2019 und 2020 können wir erneut auf eine positive Entwicklung unserer Absatzzahlen zurückblicken. So haben wir es geschafft, im Jahr 2019 eine neue Höchstleistung von rund 46.700 produzierten Tonnen zu erzielen. Und selbst im „Pandemie-Jahr“ 2020 konnten wir, trotz aller Umstände, eine produzierte Menge von gut 41.200 Tonnen verzeichnen. Eine beachtliche Leistung, welche wir nur als Team, gemeinsam mit unseren knapp 300 Mitarbeitern, erreichen konnten.



# NEUE PERSPEKTIVE: DIE FRISHPACK GRUPPE

Mit der Etablierung des Familienunternehmens Frischpack Gruppe durch die Integration der Baackes & Heimes GmbH in Viersen haben wir unsere Kompetenzen und unser Angebot an Dienstleistungen auf eine noch breitere und zielgruppenrelevante Basis gestellt.

So konzentriert sich die Frischpack GmbH als Technologieführer auf den Co-Packing-Bereich für Käseereien sowie maßgeschneiderte Lösungen für Industrie und Food Service. Hier können wir als Käse-Appetitmacher mit unserer fast 50-jährigen Erfahrung als Dienstleister überzeugen. Dabei zeichnen uns im Besonderen unser breites Käsesortiment mit einem ebenso vielfältigen Angebot an Verarbeitungsmöglichkeiten sowie unsere innovativen Verpackungslösungen aus.

Die Baackes & Heimes GmbH steht dem durch ihren Fokus auf den Lebensmitteleinzelhandel und eine über 70-jährige Erfahrung auf diesem Gebiet in nichts nach. Neben dem Prepacking-Know-how ist es vor allem die Entwicklung kreativer kundenindividueller Käsekonzepte, SB-Sortimente und Produktinnovationen, die Baackes & Heimes als den idealen Ansprechpartner für den Lebensmitteleinzelhandel und den Discount auszeichnet.

Durch ständigen Austausch und die Nutzung von Synergieeffekten können wir unseren Kunden nicht nur einen noch größeren Mehrwert bieten. Diese Bündelung von Technologieführerschaft und kreativer Käsekompetenz bildet die Erfolgsformel der Frischpack Gruppe mit ihrem Stammsitz bei der Frischpack GmbH in Mailling: Innovationskraft für Käse!



## Nachhaltigkeitsmanagement in einer neuen Dimension

Nachdem wir 2019 unsere Prozesse bei der Frischpack Gruppe neu strukturiert und durch die Implementierung eines vierköpfigen Managementteams systematisch neu aufgestellt haben, wollen wir nun den nächsten folgerichtigen Schritt gehen. Zu unserer Vision, sukzessiv als Frischpack Gruppe Europas relevantester Käseverarbeiter zu werden, gehört auch die Absicht, unser Nachhaltigkeitsmanagement auf den Standort Baackes & Heimes GmbH in Viersen auszurollen.

Dies ist für uns als Frischpack Gruppe ein vorrangiges strategisches Thema, das wir konsequent vorantreiben und ausbauen.

Die ersten Implementierungen sind bereits angestoßen. So wird beispielsweise schon mit Hochdruck das Messsystem zur Energie- und Umweltdatenerfassung bei Baackes & Heimes erweitert. Auf diese Weise erhalten wir eine noch genauere Aufschlüsselung der Verbräuche und können somit weitere entscheidende Stellschrauben detektieren, um unsere energie- und umweltbezogene Leistung zu optimieren. Ebenso streben wir an, auch unsere Nachhaltigkeitsbemühungen am Standort in Viersen im Zusammenhang mit den Zertifizierungen nach DIN EN ISO 14001 und DIN EN ISO 50001 in diesem Jahr 2021 auch von unabhängiger Seite prüfen und bestätigen zu lassen.

Ferner werden CO<sub>2</sub>-Bilanzen einzelner Produkte entlang ihrer Wertschöpfungskette, sogenannte Product Carbon Footprints, erstellt und eine ganze Reihe von effizienzsteigernden Maßnahmen wurden bereits umgesetzt oder befinden sich in Umsetzung. So investieren wir im Rahmen des Erfassungskonzeptes bei der Beleuchtungsumstellung auf LED nicht nur in neue Messgeräte, sondern auch in Isolationsmaßnahmen, in neue Kompressoren, neue Heizungsanlagen und eine neue Kälteanlage mit

umweltfreundlichen Kältemitteln, um nur einige Beispiele zu nennen. Nach diesen Erfolgen durch die Optimierungsmaßnahmen haben wir uns im Jahr 2021 dazu entschieden, auch die Produktion bei Baackes & Heimes durch hochwertige Zertifikate zu kompensieren. Somit produzieren wir auch am dortigen Standort bereits ab 2021 CO<sub>2</sub>-neutral.

Leistung bündeln und positive Effekte nutzen ist die Devise der Frischpack Gruppe. Durch unsere enge Zusammenarbeit sind wir in der Lage, ein noch breiteres Kundenspektrum mit noch individuelleren Lösungen zu bedienen. So verarbeitet die Frischpack Gruppe an beiden Standorten insgesamt mehr als 60.000 Tonnen Käse und erzielt einen jährlichen Umsatz von mehr als 300 Mio. Euro. Diese Leistung verdanken wir unseren zusammen knapp 500 Mitarbeitern.

Eine Leistung, auf die wir stolz sind. Das erfordert auch ein Nachhaltigkeitsmanagement in einer neuen Dimension. Daher haben wir beschlossen, den nächsten Nachhaltigkeitsbericht im Jahr 2023 als gemeinsames Projekt zu bestreiten und als Bericht über die gesamte Frischpack Gruppe zu veröffentlichen.



Indikator	Anforderung		Verweis/Kommentar
DNK	GRI		
<b>ALLGEMEINE INFORMATIONEN</b>			
		Geschäftsmodell	Unser Unternehmen, S. 10
		Ergänzende Anmerkungen	Über diesen Bericht, S. 8
<b>KAPITEL 1 – STRATEGIE</b>			
1.		Strategische Analyse und Maßnahmen	Unsere Strategie, S. 22
2.		Wesentlichkeit	Unsere Strategie, S. 22
3.		Ziele	Unsere Ziele, S. 23
4.		Tiefe der Wertschöpfungskette	Über diesen Bericht, S. 8; Stakeholderdialog, S. 26
<b>KAPITEL 2 – PROZESSMANAGEMENT</b>			
5.		Verantwortung	Unser Nachhaltigkeitsmanagement – verankert auf allen Unternehmensebenen, S. 20
6.		Regeln und Prozesse	Unser Nachhaltigkeitsmanagement – verankert auf allen Unternehmensebenen, S. 20
7.		Kontrolle	Integriertes Managementsystem, S. 24
	SRS-102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen einer Organisation	Unternehmensleitbild, S. 16
8.		Anreizsysteme	Unser Nachhaltigkeitsmanagement – verankert auf allen Unternehmensebenen, S. 20
9.		Beteiligung von Anspruchsgruppen/ Stakeholdermanagement	Stakeholderdialog, S. 26
	SRS-102-44	Die wichtigsten Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder aufgekommen sind, und Stakeholdergruppen	Stakeholderdialog, S. 26
10.		Innovations- und Produktmanagement	Der Umgang mit Energie und Wasser, S. 28; Unsere Rohstoffe, S. 36; Nachhaltige Verpackungslösungen: Unser Greenline-Konzept, S. 40; Unsere Belegschaft, S. 42; Neue Perspektive: die Frischpack Gruppe, S. 58
<b>KAPITEL 3 – UMWELT</b>			
11.		Inanspruchnahme von Ressourcen	Der Umgang mit Energie und Wasser, S. 28; Unsere Rohstoffe, S. 36
12.		Ressourcenmanagement	Der Umgang mit Energie und Wasser, S. 28; Unsere Rohstoffe, S. 36
	SRS-301-1	Eingesetzte Materialien	Unsere Rohstoffe, S. 36; Nachhaltige Verpackungslösungen: Unser Greenline-Konzept, S. 40
	SRS-302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Der Umgang mit Energie und Wasser, S. 28
	SRS-302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	Der Umgang mit Energie und Wasser, S. 28
	SRS-303-1	Wasserentnahme nach Quelle	Der Umgang mit Energie und Wasser, S. 28
	SRS-306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsverfahren	Unsere Rohstoffe, S. 36
13.		Klimarelevante Emissionen	Corporate Carbon Footprint, S. 32; Klimaneutrales Unternehmen, S. 34
	SRS-305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Corporate Carbon Footprint, S. 32
	SRS-305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	Corporate Carbon Footprint, S. 32
	SRS-305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	Corporate Carbon Footprint, S. 32
	SRS-305-4	Senkung der THG-Emissionen	Corporate Carbon Footprint, S. 32; Klimaneutrales Unternehmen, S. 34

Indikator	Anforderung		Verweis/Kommentar
DNK	GRI		
<b>KAPITEL 4 – GESELLSCHAFT</b>			
14.		Arbeitnehmerrechte	Unsere Belegschaft, S. 42
15.		Chancengleichheit	Sich langfristig gemeinsam weiterentwickeln, S. 48
16.		Qualifizierung	Förderung der Ausbildung in der Region, S. 53; Kompetenz auf allen Ebenen – Weiterbildung bei Frischpack, S. 54
	SRS-403-2	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage und Abwesenheit sowie die Zahl arbeitsbedingter Todesfälle	Langfristiger Erhalt der Leistungsfähigkeit und Gesundheit der Beschäftigten, S. 51
	SRS-404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	Wir berichten in Anlehnung an GRI Standards und haben diesen Indikator nicht gewählt, da er für uns nicht wesentlich ist.
	SRS-405-1	Vielfalt in Leitungsorganen und der Angestellten	Wir berichten in Anlehnung an GRI Standards und haben diesen Indikator nicht gewählt, da er für uns nicht wesentlich ist.
	SRS-406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	Wir berichten in Anlehnung an GRI Standards und haben diesen Indikator nicht gewählt, da er für uns nicht wesentlich ist.
17.		Menschenrechte	Über diesen Bericht, S. 8; Integriertes Managementsystem, S. 24; Sich langfristig gemeinsam weiterentwickeln, S. 48
	SRS-412-1	Geschäftsstandorte, an denen eine Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	Wir berichten in Anlehnung an GRI Standards und haben diesen Indikator nicht gewählt, da er für uns nicht wesentlich ist.
	SRS-414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	Wir berichten in Anlehnung an GRI Standards und haben diesen Indikator nicht gewählt, da er für uns nicht wesentlich ist.
	SRS-414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Wir berichten in Anlehnung an GRI Standards und haben diesen Indikator nicht gewählt, da er für uns nicht wesentlich ist.
18.		Gemeinwesen	Unsere soziale Verantwortung, S. 52
	SRS-201-1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	Unsere soziale Verantwortung, S. 52
19.		Politische Einflussnahme	Unterstützung von regionalen Projekten, S. 55
	SRS-415-1	Parteispenden	Unterstützung von regionalen Projekten, S. 55
20.		Gesetzes- und Richtlinienkonformes Verhalten/Korruption	Über diesen Bericht, S. 8; Integriertes Managementsystem, S. 24; Unterstützung von regionalen Projekten, S. 55
	SRS-205-1	Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken hin geprüft wurden	Wir berichten in Anlehnung an GRI Standards und haben diesen Indikator nicht gewählt, da er für uns nicht wesentlich ist.
	SRS-419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	Wir berichten in Anlehnung an GRI Standards und haben diesen Indikator nicht gewählt, da er für uns nicht wesentlich ist.

Der hier aufgeführte DNK-Index enthält nur die für die Frischpack GmbH als wesentlich identifizierten Aspekte. Die Managementansätze werden im Kapitel „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“ dargestellt.



Frischpack GmbH | Mailling 11 | 83104 Mailling b. Schönau | Germany  
Telefon: +49 8065 189-0 | Telefax: +49 8065 189-89 | info@frischpack.de | www.frischpack.de