



Unsere Qualität beginnt mit unseren Partnern direkt in der Natur!

[www.beckabeck.de](http://www.beckabeck.de)

**BECKA BECK**

Folgt uns auch auf facebook, instagram und pinterest

# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2018

BÄCKEREI BECKA BECK



## Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns.....	1
2.	Die WIN-Charta .....	2
3.	Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....	3
4.	Unsere Schwerpunktthemen .....	4
	[Thema/Name des 1. Schwerpunkt-Leitsatzes (siehe S. 2)] .. Fehler! Textmarke nicht definiert.	
	[Thema/Name des 2. Schwerpunkt-Leitsatzes (siehe S. 2)] .. Fehler! Textmarke nicht definiert.	
	[falls vorhanden: Thema/Name des 3. Schwerpunkt-Leitsatzes (siehe S. 2)] .. Fehler! Textmarke nicht definiert.	
5.	Weitere Aktivitäten.....	9
	Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange .....	9
	Umweltbelange.....	10
	Ökonomischer Mehrwert.....	12
	Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	13
	Regionaler Mehrwert.....	13
6.	Unser WIN!-Projekt .....	16
7.	Kontaktinformationen .....	17
	Ansprechpartner .....	17
	Impressum .....	17

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

BeckaBeck ist eine Bäckerei und Konditorei mit den Wurzeln in Bad Urach.

Heute steht unsere Backstube in Böhringen und wir beschäftigen rund 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Brote, Weckle und Backwaren aus besten regionalen Zutaten bieten wir in unseren 16 Filialen und Cafes und in weiteren Partnerfilialen an. Wir sind ein moderner Handwerksbetrieb, welcher alte Traditionen und Verfahren in Ehren hält und täglich umsetzt. Unsere Backwaren werden mit viel Fachwissen, Liebe und Zeit hergestellt – und das schmeckt man.

Unser Leitspruch lautet „Alles a bissele anders.“ –was so viel bedeutet, dass ein Brötchen nicht einfach nur ein Weckle ist, sondern etwas Besonderes. Denn wir achten sehr genau darauf, was in unsere Backwaren hinkommt und wo die Rohstoffe herkommen.

### WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

## 2. Die WIN-Charta

### BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

### DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

#### Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

#### Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

#### Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

#### Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

#### Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

### ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf [www.win-bw.com](http://www.win-bw.com).

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 20.04.2018

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: BeckaBecks Bienenhotel

#### Schwerpunktbereich:

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Energie und Klima | <input checked="" type="checkbox"/> Ressourcen | <input checked="" type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige<br>Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität                    | <input type="checkbox"/> Integration           |  |

#### Art der Förderung:

- Finanziell     Materiell     Personell

#### Umfang der Förderung: -

**Projektpate:** unser Vertragslandwirt: Trösterhof, Familie Tröster, Römerstein-Böhringen

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 2: "Wir achten, schützen und fordern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."
- Leitsatz 7: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."
- Leitsatz 6: "Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

- Unsere Mitarbeiter sind eines unserer wichtigsten Güter. Ihre Zuverlässigkeit, Tatkraft und Mitarbeit machen unsere Produkte Tag für Tag zu den qualitativ hochwertigen Backwaren, welche wir unseren Kunden anbieten möchten. Daher sind wir für unsere Mitarbeiter da, bezahlen faire Löhne und sichern Arbeitsplätze hier bei uns in der Region, wir bieten Fort- und Weiterbildungen und fördern so Aufstiegschancen. Unsere Produkte werden mit besten Zutaten direkt aus der Region hergestellt. Die Vertriebswege sind kurz und transparent. Unsere Getreide bauen Landwirte von der Schwäbischen Alb für uns an. Alte Sorten, die perfekt zu den Umweltgegebenheiten der Landschaft passen – und das macht sie besonders und für den Verbraucher gesund und wertvoll. Unsere Milch beziehen wir vom Bauernhof gleich ums Eck unserer Backstube. Beste BIO Milch. Den Milchpreis haben wir an unseren Brezelpreis gekoppelt. Fair und gerecht. Auch unsere Eier kommen direkt hier aus der Region, ebenso die Kräuter und vieles mehr an Rohstoffen, welche wir für unsere tägliche Handwerkskunst benötigen.
- Wir arbeiten mit Naturprodukten, und sind auf achtsame Mitarbeiter, die mit natürlich schwankenden Rohstoff-Qualitäten umgehen können und auf eine intakte Umwelt angewiesen, um täglich beste Backwaren herstellen zu können. Nur aus einer intakten Natur erhalten wir die Rohstoffe, die wir benötigen, so ist im Unternehmen bereits seit Jahrzehnten ein besonderes Verständnis für den Schutz der Umwelt vorhanden.

### **Leitsatz 2: "Wir achten, schützen und fordern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."**

#### ZIELSETZUNG

Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Sozialräumen, bieten wir unseren Mitarbeitern bereits heute gemütliche Pausenräume. Wir bezahlen faire Löhne und achten auf die Höchstarbeitszeit unserer Mitarbeiter.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Umbau und Renovierung Pausenraum/Küche in unserer Backstube in Böhringen
- Zahlreiche Schulungen vor Ort bei unseren Partnern
- Faire Aufteilung der Arbeitsschichten unserer Verkaufsmitarbeiter

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Unsere Pausenräume in der Backstube in Böhringen wurden umfangreich modernisiert. Die Umbauphase ist nun nahezu abgeschlossen. Audits direkt bei unseren Partnern schulen und informieren unsere Mitarbeiter.

## INDIKATOREN

Audits direkt bei unseren Partnern schulen unsere Mitarbeiter und erhöhen den Zusammenhalt untereinander. Ein Teil des Ganzen zu sein und unsere Mitarbeiter mit einzubeziehen, ist Teil unserer Philosophie. An dem guten Miteinander werden wir auch im kommenden Jahr mit vielen Aktionen festhalten.

## AUSBLICK

Unsere Mitarbeiter sind für unser Unternehmen sehr wichtig. Nicht nur dass sie unsere wertvollen Produkte herstellen, sondern sie vertreten uns und unser Unternehmen nach außen.

Mit dem Bau eines Mitarbeiterhauses direkt neben unserer Backstube möchten wir neuen Mitarbeitern Perspektiven und Wohnraum in unserer Gemeinde bieten. Mitarbeiter langfristig an uns zu binden ist uns ein Anliegen.

- Bau Mitarbeiterwohnhaus
- Ausbau und Renovierung unserer Filialen

## **Leitsatz 7: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."**

## ZIELSETZUNG

Mit rund 300 Mitarbeitern in Produktion, Administration, Logistik und Verkauf sind wir ein gut aufgestelltes Unternehmen. Als inhabergeführtes Familienunternehmen planen wir langfristig und durchdacht. Nicht der schnelle Erfolg, sondern Ausdauer und Kontinuität sind unsere Maßstäbe. Dies bedeutet, dass wir täglich unser Bestes geben, um qualitativ sehr hochwertige und auch gesunde

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Backwaren verkaufen zu können. Zufriedene Mitarbeiter und Kunden sind unser tägliches Ziel. Wir bezahlen übertarifliche Löhne und bieten die Chance auf langfristige Arbeitsverhältnisse.

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Backmarathon zusammen mit der Universität Hohenheim und dem Institut Dr. Friedrich Longin
- Anbau unserer benötigten Getreidesorten direkt in unserer Nähe, auf der Schwäbischen Alb
- Der von uns benötigte Honig, wird nun durch unsere Vertragslandwirte geimkert und kommt komplett aus unserer Produktion vor Ort

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

In unserem Backmarathon wurden verschiedene Weizensorten getestet. Wie verhalten Sie sich beim Backen? Haben sie Auswirkung auf Backergebnis und auf Geschmack? Auf Gesundheit und Wohlbefinden. Wir warten noch auf die endgültigen Ergebnisse und Auswertungen.

Nicht nur Weizen und Dinkel bauen unsere Vertragslandwirte für uns an, nun konnten wir erfolgreich Kümmel bei uns auf der Schwäbischen Alb anbauen und ernten. Als nächsten möchten wir Mohn für unsere Backwaren auf der Schwäbischen Alb kultivieren.

## AUSBLICK

Wir haben bereits mit dem Neubau eines Mitarbeiterhauses direkt neben unserer Backstube begonnen. Mit der Chance neuen Mitarbeitern Wohnraum in unmittelbarer Nähe anbieten zu können, sichern wir den Unternehmenserfolg und bieten neuen Mitarbeitern die Chance hier in der Region Wurzeln zu schlagen.

- Bau eines Mitarbeiterhaus
- Unser Ziel: zufriedene, langjährige Mitarbeiter. Gerne möchten wir alle offenen Stellen besetzen um somit den bestehenden Mitarbeitern weiterhin sehr geregelte Arbeitszeiten und neuen Mitarbeitern Chancen zu bieten.
- 

**Leitsatz 6: "Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."**



# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## ZIELSETZUNG

Wir arbeiten eng mit Erzeugern aus der Region zusammen, nicht nur unser Getreide, auch unsere Eier, Milch, Kräuter und weitere Rohstoffe beziehen wir direkt aus der Region Schwäbische Alb. Unsere Erzeuger und Lieferanten besuchen wir regelmäßig und überzeugen uns persönlich vom fairen Umgang mit Tieren und dem Schutz der Natur. Wir können die Herkunft aller einzelnen Rohstoffe ausweisen und nach verfolgbar machen.

Plastikstrohhalm, Plastiktüten und weitere Plastik- oder Einwegartikel vermeiden wir mehr und mehr.

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Plastikstrohhalm haben wir in einem Testversuch durch Maccaroni ersetzt. Sind aber noch auf der Suche nach einer idealeren Lösung.
- Unsere Einwegbecher für Kaffee ersetzen wir zunehmend durch Mehrwegbecher. Und seit März 2019 durch die Mitgliedschaft bei re-cup.
- Weitere Rohstoffe werden direkt in unserer Nähe durch unsere Vertragslandwirte angebaut.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wie man auch unserer Titelbild-Collage entnehmen kann, können wir die Herkunft aller unserer Rohstoffe nachverfolgen. Dies ist uns ungemein wichtig. Wir stärken unsere Region und stehen somit für höchste Qualität unserer Produkte. Nicht nur im Vorfeld unserer Produktion, auch der Verkauf bzw. die Verpackung unserer Backwaren gestalten wir mehr und mehr nachhaltig. So sind wir dabei sämtliche Plastikverpackungen durch umweltfreundlichere Produkte zu ersetzen.

Ebenso möchten wir unseren Kunden zeigen, dass unsere Backwaren eine lange Haltbarkeit haben und auf keinen Fall auf dem Müll landen sollten, denn auch trocken gewordene Backwaren können zuhause weiterverarbeitet werden. Hierzu haben wir ua. einen Filmbeitrag unter dem Thema „Resteküche“ abgedreht, um unseren Kunden nicht nur über unsere eigenen Medien (Genuss-Tüftler-Blog, Rezeptkärtchen, social media-Auftritte) zu zeigen, wie Brot weiterverarbeitet werden kann.

## AUSBLICK

Wir werden an diesem Schwerpunkt festhalten. Für uns ist es wichtig, den Produktzyklus –vom Korn bis zur Verpackungstüte- noch weiter zu optimieren. So sind noch nicht alle Bereiche in unserem Sinne optimiert.

- Plastikstrohhalm ersetzen
- Plastiktüten für geschnittenes Brot werden demnächst durch innovative Spezialpapiertüten ersetzt
- Schicke Leinentaschen für den Einkauf stehen ganz oben auf unserer Agenda
- Einwegbecher /-geschirr möchten wir gänzlich aus unserem Unternehmen verbannen
- Unser Ziel: wir möchten nahezu ohne Plastikverpackungsmüll auskommen. Einwegplastik schaffen wir immer mehr ab. Mit innovativen Ideen und Produkten stellen wir unser Unternehmen nicht nur

## UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

in der Produktion, sondern vor allem auch in unseren Filialen nachhaltig auf umweltfreundliche Materialien um.

## 5. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

#### LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wertschätzender Umgang mit allen Mitarbeitern, unabhängig von Bildung, Alter, Geschlecht, Unternehmenszugehörigkeit und Religion. Wir haben stets ein offenes Ohr für die Belange unserer Mitarbeiter – als Familienunternehmen teilweise bis hin zu den privaten und persönlichen Belangen. Auch die Integration benachteiligter Menschen ist uns ein wichtiges Anliegen. Auch Menschen ohne Ausbildung, Deutschkenntnissen, oder mit Behinderung erhalten bei uns Chancen sich ins Arbeitsleben zu integrieren.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Menschen mit Behinderung wurden und werden bei uns in den alltäglichen Betrieb unserer Produktion mit eingebunden. So haben wir unter anderem einen taubstummen Mitarbeiter, der unsere Bäckermeister sehr tatkräftig unterstützt und sich schon sehr gut in unser Bäckerteam eingefügt hat.

Ausblick:

- Mit dem Bau eines Mitarbeiterwohnhauses direkt neben unserer Produktion können wir neue Mitarbeiter gewinnen oder Saisonarbeitskräften ein angenehmes Wohnumfeld bieten.

#### LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Mitarbeiterseminare bei uns im Haus, aber auch Schulungen bei unseren Bauern und Vertragspartnern sind fester Bestandteil in unserem Unternehmen. Diese Events fördern das Miteinander untereinander, aber die Wertschätzung unserer hochwertigen Zutaten und Produkte. Wissen, wo es herkommt.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im vergangenen Jahr konnten zahlreiche Partnerbetriebe von unseren Mitarbeitern besucht und besichtigt werden. Wissen, wo die Kräuter, das Mehl oder andere Rohstoffe für die tägliche Arbeit herkommen, schärft den Sinn der Nachhaltigkeit. Wissen, wieviel Arbeit und Herzblut unsere Lieferanten in ihre Produkte stecken, hilft diese sorgsam weiterzuverarbeiten. Und so stecken auch

## WEITERE AKTIVITÄTEN

unsere Mitarbeiter ihr volles Können in den weiteren Prozess bis hin zum Verkauf unserer Backwaren.

- Die Bezahlung übertariflicher Löhne ist für uns eine Selbstverständlichkeit.
- Prämien für langjährige Firmenzugehörigkeit

Ausblick:

- Auch künftig ist es uns ein sehr wichtiges Anliegen, dass sich unsere Mitarbeiter bei uns wohlfühlen und dem Unternehmen lange treu bleiben. Wir haben für alle unsere Mitarbeiter/-innen jederzeit ein offenes Ohr und behandeln jeden fair und mit Respekt.

### LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir arbeiten hauptsächlich mit Geschäftspartnern aus der Region zusammen. Eine langfristige Geschäftsbeziehung auf Augenhöhe ist unser Ziel. Mit Lieferanten, Kunden, Behörden und Mitarbeitern.
- Ein hohes Maß an zufriedener Kunden wollen wir erreichen, indem wir den Kundenbewertungen in Bezug auf Geschmack und Qualität unserer Erzeugnisse entsprechen. Ein Mass hierfür geben uns regelmässige Kundenbefragungen und offene Feedbackmöglichkeiten zu unseren Produkten in den Sozialen Medien.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Langjährige Geschäftsbeziehungen beweisen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Partner direkt aus der Nachbarschaft und der Region sind nachhaltig am Erfolg unseres Unternehmens beteiligt.
- Mit langjährigen Partnern können wir neue Wege testen, auf vertrauensvoller Basis entwickeln sich neue Möglichkeiten und Wege.

Ausblick:

- Mit langjährigen Partnern können wir auf vertrauter Basis unsere comfort zone verlassen, neues wagen und probieren. Neue Partner komplettieren unseren Kreis. Wir möchten möglichst kurze Wege beschreiten und alles regional beschaffen.

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Der Boden unserer Heimat, der Schwäbischen Alb, ist eigen. Wir arbeiten eng mit unseren Vertragslandwirten zusammen, die sich damit auskennen. Urgetreide welches hier seit

## WEITERE AKTIVITÄTEN

Jahrhunderten gewachsen ist und für uns besonders bekömmlich ist, bauen wir an und verarbeiten es zu unseren besonderen Backwaren.

- Kümmel, Leinsaat und Mohn, weitere Getreide und Kräuter wollen wir zurückholen auf die Alb und hier anbauen. Die Kulturlandschaft zu pflegen und weiter für nachfolgende Generationen zu erhalten, ist unser Ziel.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Kümmel und Leinsaat haben wir bereits erfolgreich auf der Alb, direkt in Römerstein kultiviert, - und ernten inzwischen für unseren kompletten Bedarf. Pure Regionalität.

Ausblick:

- Auch den Mohn, welchen wir für unsere Produkte benötigen möchten wir von der Schwäbischen Alb beziehen. Daher haben wir nach einem ersten Fehlversuch nicht den Kopf in den Sand gesteckt, sondern starten 2019 einen neuen Versuch, den Mohn hier bei uns zu kultivieren.

### LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Photovoltaik auf dem Dach unserer Produktion in Böhringen
- Thermoölbäcköfen – Energieeinsparung von bis zu 40%. Das Thema Energie- und Emissionseinsparung ist stets ein großes Thema.

Ausblick:

- Weitere Energieeinsparungen, regionale Lieferanten, kurze Transportwege

### LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir halten uns ohne Einschränkung an die Vorgaben des Lebensmittelrechts.
- Die Produktqualität steht bei uns an oberster Stelle. Wir bieten unseren Kunden immer etwas Besonderes an. Unsere Brote und Backwaren bekommen lange Teigruhezeiten und beste Rohstoffe, um den optimalen und gesunden Genuss zu garantieren.
- Unsere Qualität beginnt mit unseren Partnern direkt in der Natur!

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Zusammen mit der Universität Hohenheim haben wir auch Anfang des Jahres wieder einen Backmarathon bei uns im Hause durchgeführt. Die Verträglichkeit von Weizenbrot, alten und neuen Weizensorten wurde dabei grundlegend erforscht und dokumentiert. Zusammen mit dem

## WEITERE AKTIVITÄTEN

Landratsamt Reutlingen, unserem Müller und der Mühlengenossenschaft wurde über 3 Tage lang geprüft. Die Ergebnisse liegen uns momentan noch nicht gänzlich vor.

Ausblick:

- Unsere Produkte sind unser Markenzeichen und Aushängeschild. Getreu unserer BeckaBeck Prinzipien ruhen wir uns nicht auf bisherigen Lorbeeren aus. Höchste Produktqualität und „emmer ebbes B´sonders“ ist unser Maßstab und Antrieb.
- Die Produktqualität beginnt mit unseren Partnern direkt in der Natur – dies überprüfen wir regelmäßig. Heiner Beck besucht und kontrolliert die Qualität persönlich direkt auf den Feldern und Ställen.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unser Unternehmenserfolg ist für uns als inhabergeführtes Familienunternehmen wichtig. Wir sind nicht an kurzfristigen Erfolgen interessiert, sondern denken mittel- und langfristig. Gemeinsam mit unseren fast 300 Mitarbeitern ruhen wir nicht auf dem bereits erreichten aus.
- Unsere Mitarbeiter werden stets durch Schulungen weiter gebildet, um Tag für Tag Freude an der Arbeit zu haben und sich somit langfristig an unser Unternehmen zu binden.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Eröffnungen neuer Filialen brachten auch im vergangenen Geschäftsjahr neue Arbeitsplätze
- Auch 2018 konnten wir zahlreiche Jubilare, die 10 oder weit mehr Jahre bei uns beschäftigt sind, ehren. Die Zufriedenheit und Treue unserer Mitarbeiter bestätigen unsere Art unser Unternehmen auch in Zukunft zu führen.

Ausblick:

- Weitere neue Filialen und die Erweiterung unseres Backstuben-Teams bringen stetig neue Arbeitsplätze - und Aufstiegs-Chancen für unsere bestehenden Mitarbeiter.

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Innovation und Tradition stehen bei uns Seite an Seite. In der Region verwurzelte Traditionsgebäcke finden bei uns immer ihren Platz, aber stets auch Neues.

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Unsere Genuss-Tüftler ([www.genuss-tueftler.de](http://www.genuss-tueftler.de)) zeigen unseren Kunden, dass Brot auch mehrere Tage nach dem Kauf verwendet werden kann und nicht direkt entsorgt werden muss. Viel zu viele Lebensmittel landen im Müll, hier wollen wir abhelfen, aufklären und mit innovativen Aktionen, Rezepten und Ideen den Sinn der Nachhaltigkeit bei unseren Kunden schärfen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Genuss-Tüftler bieten unseren Kunden einmal wöchentlich neue Ideen und Rezepte zur Resteverwertung. So hoffen wir, bei unseren Kunden den Sinn der Nachhaltigkeit im alltäglichen Leben und Umgang mit Lebensmittel zu schärfen.

Ausblick:

- Auch weiterhin werden unsere Genuss-Tüftler wöchentlich auf unserem Blog und den Social Media-Kanälen neue Rezepte rund ums Thema Brot posten. Mitmach-Aktionen und Gewinnspiele begleiten unser Bemühen die Sinne unserer Kunden zu schärfen.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir pflegen ein ausgewogenes Verhältnis von Eigen- und Fremdkapital. Unkalkulierbare Risiken versuchen wir dabei zu vermeiden. Finanzielle Investitionen werden immer unter Berücksichtigung nachhaltiger Kriterien getroffen.

### LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ehrlichkeit und Transparenz bei all unseren Geschäften sind unsere Maßstäbe. Wir verfechten eine strenge Compliance und Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien in unserem Betrieb.

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir sind tief verwurzelt in der Region. Nicht nur bei der Beschaffung, sondern auch beim Vertrieb unserer Produkte.

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Ausbau unserer Anbauflächen bzw die Zusammenarbeit mit regional ansässigen Landwirtschaftsbetrieben.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch Aufstellen zahlreicher Informationstafeln, können unsre Kunden und die Bewohner der Region genau sehen, wo wir welches Getreide anbauen. So ist es auch für den Kunden sehr einfach nachzuverfolgen, wo die Rohstoffe für „sein“ Weckle gedeihen.
- Mit Blühstreifen rund um die Ackerflächen kümmern sich unsere Landwirte und wir, um den Erhalt der Artenvielfalt in unserer Region.

Ausblick:

- Mit der Wertschätzung unserer Region sind wir Vorbild für Bewohner und Besucher. Und dies werden wir auch weiterhin bleiben und uns für die Region stark machen. Die Erhaltung der Kulturlandschaft, der Artenvielfalt und der nachhaltige Umgang mit Natur und Umwelt stehen dabei im Mittelpunkt.

### LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir setzen auf allen Ebenen Anreize zum Umdenken und Handeln. So fördern wir beispielsweise den Verkauf von Mehrwegbechern durch Rabatte in unseren Filialen. Ebenso verkaufen wir geschnittenes Brot nur noch auf ausdrücklichen Wunsch in Plastiktüten.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir konnten den Verkauf von Mehrwegbechern steigern und haben somit zur Vermeidung von Einwegbechern beigetragen.
- Mit dem Versuch Plastikstrohhalm durch Macaroni zu ersetzen und einem Gewinnspiel zum Thema „Plastikröhrchen“ haben wir unsere Kunden und Mitarbeiter auf das Problem Einwegplastikmüll und dessen Vermeidung eingestellt.
- Geschnittenes Brot in Plastiktüten zu verpacken, konnten wir durch explizites Nachfragen beim Käufer minimieren.

Ausblick:

- Wir sind auch weiterhin bemüht, Einwegbechern den Kampf anzusagen. Ebenfalls haben wir vor weitere Einwegartikel aus unserem Verkauf zu nehmen. Plastikröhrchen und Plastikbrottüten planen wir so bald als möglich komplett zu ersetzen. Eigene Stofftaschen zum Brottransport sind ebenfalls in Planung.
- Mit Gewinnspielen und Aktionen werden wir auch im kommenden Jahr alles zur Vermeidung von Einwegmüll beitragen.



## WEITERE AKTIVITÄTEN

## 6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

#### **BeckaBecks Bienenhotel**

Drei unserer Vertragslandwirte haben im Jahr 2018 drei Bienenhotels unter dem Namen „Becks BienenHotel“ eröffnet. Insgesamt wurden 25 Bienenstöcke angesiedelt. Eingebettet in saftige Wiesen und neu gepflanzte alte Obstbaumsorten fühlen sich unsere Bienen wohl und haben sich in eine intakte Kultur- und Naturlandschaft auf der Schwäbischen Alb eingefügt.

### ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Unseren Vertragslandwirten und Imkern zahlen wir übertarifliche Preise für ihre Arbeit und Rohstoffe. Die Regionalität und den Erhalt unserer Natur, sowie qualitativ sehr hochwertiger Honig ist es uns wert, die Landwirte mit genügend Zeit und Geld tatkräftig zu unterstützen. So sind es nicht nur die Landwirte, die täglich nach dem Rechten sehen, sondern auch wir selbst, allen voran unser Chef Heiner Beck, die regelmäßig zu den Bienen-Hotels und auf die Wiesen hinausfahren.

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Inzwischen beziehen wir unseren Honig, welchen wir für die Produktion unserer Backwaren benötigen, von unseren Bienen auf der Schwäbischen Alb. Rund 1 Tonne Honig konnten wir bereits im vergangenen Jahr ernten und verarbeiten.

### AUSBLICK

Im Jahr 2019 werden wir unsere Bienen-Hotels weiter ausbauen und erweitern. Die Hege und Pflege der bestehenden Bienenstöcke ist uns ein wichtiges Anliegen. Weitere Obstbaumpflanzungen sind geplant, ebenso die Erhaltung bunter Blumenwiesen, um unseren Bienen ein intaktes Umfeld bieten zu können.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartner**

Heiner Beck    [h.beck@beckabeck.de](mailto:h.beck@beckabeck.de)

Melanie Lang    [m.lang@beckabeck.de](mailto:m.lang@beckabeck.de)

### **Impressum**

Herausgegeben am 14.03.2019 von

Bäckerei BeckaBeck  
Unter Lau 3 72587 Römerstein

Telefon: 07382.937200

Fax: 07382.9372 09

E-Mail: [info@beckabeck.de](mailto:info@beckabeck.de)

Internet: [www.beckabeck.de](http://www.beckabeck.de)

