



Unternehmensverantwortung bei SanLucar 2011/2012

Vielfalt: unsere Basis für langfristige Stabilität

Die Natur ist unser wichtigster Partner – das ist allen bei SanLucar sonnenklar. Obst und Gemüse sind Naturprodukte, die von Menschen für Menschen angebaut werden. Respekt und Verantwortung gegenüber Mensch und Natur sind deshalb für SanLucar Prinzipien, die in der Unternehmensphilosophie und der Marke SanLucar tief verankert sind.

Der sorgsame und verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen, die Entwicklung von innovativen Verpackungen und umweltfreundlichen Anbaumethoden oder sich an Sozialprojekten in unseren Anbauländern zu beteiligen ist für uns selbstverständlich.

SanLucar ist ein Teil der Lösung und sucht den aktiven Austausch mit seinen Mitarbeitern, Produzenten, Handelspartnern und Konsumenten – wir bezeichnen sie als unsere Stakeholder. Auch beziehen wir externe Experten und Netzwerke mit ein, die sich intensiv mit Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung beschäftigen – international auch als Corporate Responsibility bezeichnet. So haben wir dieses Jahr Interviews mit unseren Stakeholdern zu verschiedenen Schwerpunkten durchgeführt, um aus erster Hand zu erfahren, was für sie der Begriff Unternehmensverantwortung bedeutet und wie jeder Einzelne dazu beiträgt.

Wir möchten mit dem Bericht zeigen, dass unternehmerische Verantwortung bei SanLucar gelebtes Handeln ist, das sich beim Thema Unternehmensverantwortung mit den Besten misst.

Dazu haben wir von Juli bis September 2010 eine detaillierte Analyse durchgeführt, um zu erfahren: Welche Erwartungen haben unsere Stakeholder? Was ist das Wichtigste für unsere Mitarbeiter und Konsumenten? Wo und wie hat unser Handeln direkten oder indirekten Einfluss auf unsere Umwelt und Gesellschaft? Mit diesen Ergebnissen haben wir gemeinsam im Frühjahr 2012

mit Expertengruppen unsere Strategie, unsere Ziele und zukünftigen Aktivitäten in Unternehmensverantwortung genauer betrachtet und definiert.

Jedem einzelnen Stakeholder ist ein Kapitel gewidmet, in dem beschrieben wird, wie wir uns gemeinsam für eine gerechtere und verantwortungsbewusstere Gesellschaft und den Erhalt einer gesunden Umwelt einsetzen. Darin finden sich Themen wie die kulturelle Vielfalt und Chancengleichheit, das Internationale Freiwilligenprogramm von SanLucar, umweltschonender Anbau wie beispielsweise der Einsatz von Nützlingen, Innovationen aus dem Packaging mit unserer patentierten Light Weight Box® und wieso wir auf langfristige und faire Partnerschaften setzen.

Während Sie diesen Bericht lesen, arbeiten wir weiter daran, unseren Zielen näher zu kommen und unserer Verantwortung bei SanLucar weltweit gerecht zu werden.

Vorwort von Stephan Rötzer

1 Wir sind SanLucar

12 1.1 Die Marke SanLucar

12 1.2 Die Welt von SanLucar

14 1.3 Zukunftsvision

16 1.4 Unternehmensstruktur

2 Unternehmensverantwortung bei SanLucar

20 2.1 Das Team für Unternehmensverantwortung (CR)

21 2.2 Geschmack im Einklang mit Mensch und Natur

23 2.3 Das Modell »Von innen nach außen«

24 2.4 SanLucar handelt!

25 Interview mit Peter Kromminga, CEO von UPJ

28 2.5 Risikomanagement

3 Gemeinsam wachsen

30 3.1 Was ist ein soziokulturelles Gleichgewicht?

31 3.2 Ausbildung und Entwicklung

32 3.3 Unsere Politik für Gleichberechtigung und Vielfalt

34 3.4 Verkehrssicherheit und nachhaltige Mobilität

34 3.5 Interne Kommunikation und Befragungen zum Arbeitsklima

35 3.6 Unser Managementsystem SA8000

4 Nur die besten Anbauer

38 Die Brüder Llusar sprechen über ihre große Leidenschaft

40 Das Geheimnis der Giulianos

44 4.1 Vertrauen schaffen

45 4.2 Der Preis der Verantwortung

46 4.3 Der Dialog mit unseren Anbaupartnern

47 Gespräch mit José »Pepe« Saorín, Qualitätsexperte bei SanLucar

49 4.4 Die deutschen Anbauer ergänzen perfekt unser ganzjähriges Produktangebot

5 Unsere Verpflichtung gegenüber der Gemeinschaft

52 5.1 SanLucar mischt mit!

53 5.1.1 Frohe Weihnachten für alle

54 5.1.2 Engagement im Bereich Sport und gesunde Lebensweise

54 5.1.3 Engagement für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen

54 5.1.4 Sozialmärkte

55 5.2 Unser Freiwilligenprogramm

55 5.2.1 Freiwilligenarbeit für das valencianische Umfeld mit ENGAGE Valencia

56 Gespräch mit Fundar-Vizepräsident Juan Ángel Poyatos

59 5.2.2 Internationale Freiwilligenarbeit bei SanLucar

60 Gespräch mit Alan Bojanic, FAO-Vertreter in Chile

63 5.3 Soziale Entwicklung bei SanLucar International

64 Gespräch mit Santiago Galán, CEO von SanLucar International

6 Unsere Kunden und Verbraucher – unsere wichtigste Garantie

70 Edeka Südwest und SanLucar

71 Gespräch mit Tanja Dietrich-Hübner,

Leiterin der Nachhaltigkeitsabteilung bei REWE International AG

73 6.1 Soziale Innovation bei der Verpackung

73 6.2 Transparente Qualität

74 6.3 Dialog mit Kunden und Verbrauchern

75 6.4 Frische Kommunikation

76 6.4.1 Die Online-Community von SanLucar

77 6.4.2 SanLucar-Schulungsreisen - wir bringen den Supermarkt aufs Feld

■ 7 Die Natur – unser wichtigster Partner

80 7.1 Im Einklang mit der Natur

84 Gespräch mit Carmen Nicolás, Direktorin für Qualität und Produktion bei SanLucar



86 7.2 Schutz der Atmosphäre

86 7.3 Innovatives Packaging

86 7.3.1 Leichtere und ökologischere Verpackungen aus Wellpappe

87 7.3.2 Das Programm zur Plastikreduzierung bei unseren Primärverpackungen

88 7.4 Green Office

■ 8 Anhänge

92 Anhang 1. GRI-Tabelle

113 Anhang 2. Fortschrittsbericht (CoP)

115 Anhang 3. Unternehmensdaten

120 Anhang 4. Kontakte

121 Anhang 5. Zertifikate

122 Anhang 6. Glossar



Biographische »Eckdaten« von Stephan Rötzer, Gründer und Inhaber von SanLucar

Der Sohn eines Münchner Frucht- und Gemüsehändlers lernte schon früh von seinem Vater, woran man frische, gesunde und besonders schmackhafte Früchte erkennt. Seine berufliche Laufbahn begann er als Verkäufer im Lebensmittelsektor. Danach arbeitete er als Staplerfahrer, Einkäufer für eine Supermarktkette und Leiter eines Zitrusfrüchte-Packhauses. Seine reiche Erfahrung mit Obst und Gemüse war und ist grundlegend für die SanLucar Firmenphilosophie und ihre globale und internationale Ausrichtung.

Vorwort von Stephan Rötzer

Liebe Leserin, lieber Leser,
als ich vor nun fast 20 Jahren mit SanLucar anfang, hätte ich mir niemals vorstellen können, wo wir uns jetzt befinden. Wir sind mehr als 1.300 Leute in 30 Ländern, die es tagtäglich möglich machen, dass die Verbraucher das beste und frischeste Obst und Gemüse genießen können. Bei unseren Mitarbeitern handelt es sich um Menschen, die lieben, was sie tun, und das merkt man bei jedem Bissen. Aber unsere Welt ändert sich sehr schnell, und wir sehen uns vor große Herausforderungen gestellt: Unsere Bevölkerung wird immer älter, die Erde leidet, Lebensmittel und Trinkwasser werden immer knapper, die jüngeren Generationen interessieren sich nicht mehr für die Landwirtschaft und sind unmotiviert wegen der Zukunft, die sie erwartet, und die Armutsrate steigt täglich... In einer solchen Situation können wir nicht einfach sitzen bleiben und nichts tun, wir müssen handeln!

Bei SanLucar sind wir gewachsen, ohne den Blick auf die Zukunft zu verlieren, die wir für unser Unternehmen, unsere Mitarbeiter und unsere Gesellschaft möchten. Wir engagieren uns für jeden Einzelnen von ihnen und arbeiten täglich gemeinsam an einer besseren Zukunft. An erster Stelle steht für uns alle die Qualität und der hervorragende Geschmack unseres Obstes und Gemüses. Dies erreichen wir nur, wenn wir im Einklang mit Mensch und Natur handeln.

Die SanLucar Philosophie sind nicht nur Wörter, es ist eine Philosophie, die gefühlt, geteilt und täglich gelebt wird. Ein Beispiel hierfür ist, dass die Mitarbeiter von Puzol über 2.000 Stunden in Freiwilligenarbeit investiert haben, auch während ihrer Freizeit, um Menschen zu helfen, die in Armut leben oder vom gesellschaftlichen Ausschluss bedroht sind.

Mit dem Kauf der Finca in Rooihooqte, Südafrika, im März 2012 sind wir dieser Zukunft, die wir uns für SanLucar vorstellen, ein Stück näher gekommen. Menschen aus 19 Nationen und vielen anderen Kulturen, Sprachen und Dialekten machen das aus, was wir heute als SanLucar kennen. Wir setzen uns für die Entwicklung aller dieser Menschen ein und für Chancengleichheit. Es handelt sich hierbei um eine wichtige Herausforderung in Ländern mit geschichtlicher Ungleichheit, wie Südafrika, in denen wir Zeit, Geld und Mühe investieren, um die modernsten Anlagen, die besten Arbeitsbedingungen und eine soziale Entwicklung zu erhalten, lange bevor wir die erste Clementine anpflanzen.

Es ist aber noch viel zu tun. Wir müssen täglich überlegen, welcher der beste Weg ist, zu wachsen, anzubauen und zu beweisen, dass wir auf dem richtigen Pfad sind.

Dieser Bericht ist eine Zusammenfassung von dem, was wir 2011 und 2012 angegangen sind, und zum ersten Mal haben wir die GRI (Global Reporting Initiative)-Indikatoren-Tabelle mit eingeschlossen und auch unsere Fortschrittsmitteilung nach den zehn Prinzipien des Global Compact, den wir 2011 unterschrieben haben. Ich hoffe, dass Sie mit der Lektüre dieses Berichts der SanLucar Welt etwas näher kommen, uns etwas besser kennenlernen und erfahren, was hinter unserem Geschmack steckt und was unsere Produkte so besonders macht.

Stephan Rötzer





Produkte von SanLucar

1 Wir sind SanLucar

- Die Marke SanLucar
- Die Welt von SanLucar
- Zukunftsvision
- Unternehmensstruktur



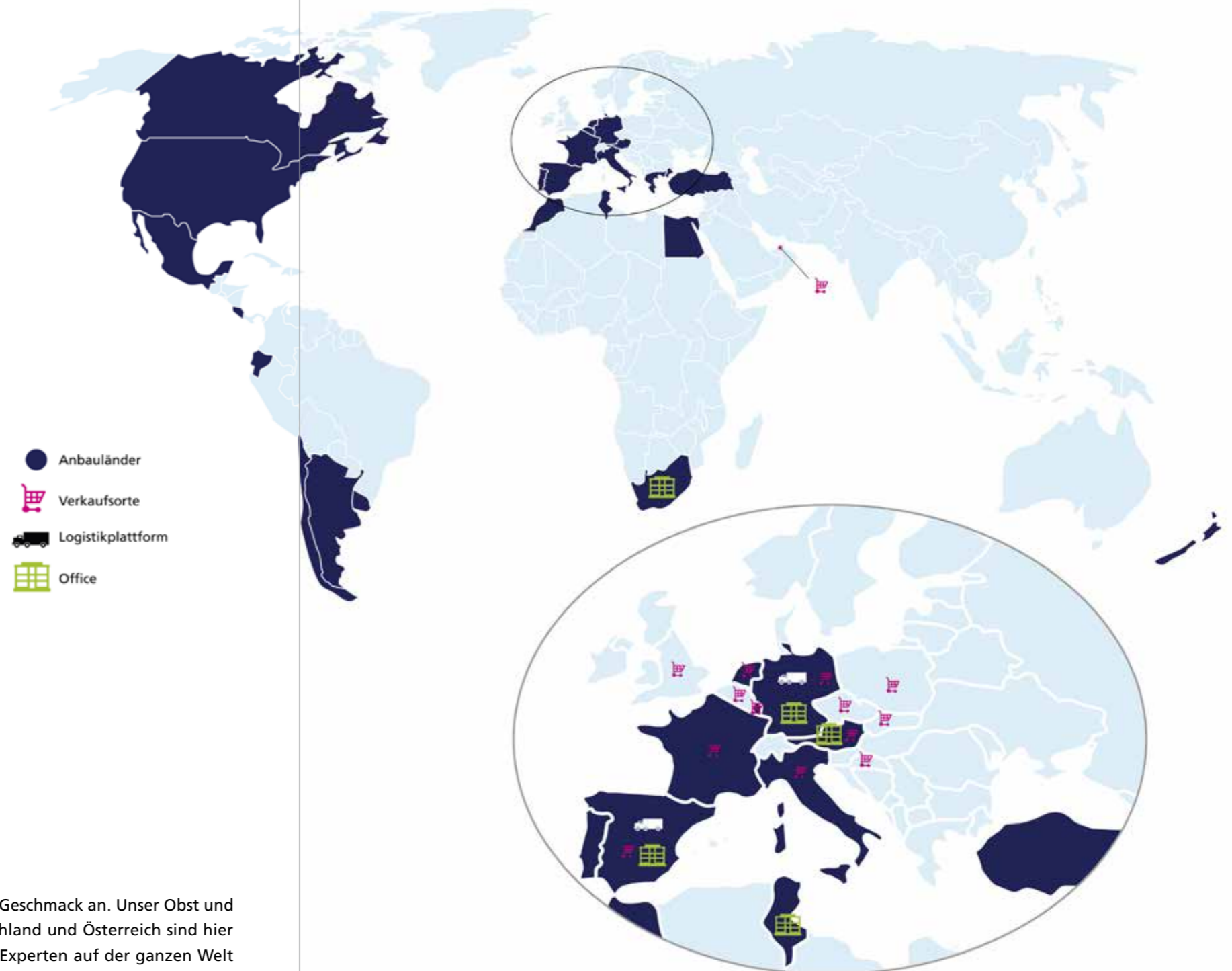
SanLucar steht für das beste Obst und Gemüse, für Qualität und Leidenschaft und für den besten Geschmack. Menschen aus aller Welt arbeiten dafür. Sie bemühen sich täglich und tragen so dazu bei, dass wir dieses Ziel erreichen: Anbauer, Erntehelfer, Packer, Spediteure und natürlich unsere Kollegen in unseren Firmenzentralen. Ohne sie wäre SanLucar nicht SanLucar.

1.1 Die Marke SanLucar

Um die Marke SanLucar zu verstehen, muss man die SanLucar Philosophie kennen. Bei SanLucar steht der Geschmack im Mittelpunkt – immer im Einklang mit Mensch und Natur. Dafür arbeitet SanLucar weltweit mit erfahrenen Anbaupartnern, den SanLucar Meisteranbauern, in über 35 Ländern zusammen. Sie kombinieren jahrhundertealte Erfahrung und Anbautradition mit modernsten agrartechnischen Methoden und modernstem Wissen. Dabei werden unsere Anbauer von SanLucar Qualitätstechnikern vor Ort unterstützt. So haben wir unsere Früchte immer im Blick – von der sorgfältigen Auswahl der Felder und Sorten über die Ernte zum richtigen Zeitpunkt bis zum schonenden Transport in die Märkte unserer Handelspartner. Am Verkaufspunkt bieten wir mit einem hochwertigen Markenauftritt innerhalb des oft unübersichtlichen Obst- und Gemüseangebotes Orientierung, die vom Verbraucher honoriert wird. Denn wer bei SanLucar Früchten zugreift, weiß, dass er besten Geschmack im Einklang mit Mensch und Natur bekommt.

1.2 Die Welt von SanLucar

SanLucar bietet mehr als 100 Obst- und Gemüsesorten von höchster Qualität und bestem Geschmack an. Unser Obst und Gemüse stammt aus 35 verschiedenen Ländern und wird in 14 Ländern verkauft. Deutschland und Österreich sind hier unsere Hauptmärkte. Durch sorgfältige Auswahl und ständige Kontrollen durch eigene Experten auf der ganzen Welt können wir die hohe Qualität unserer Produkte gewährleisten. Wir setzen auf modernste technische Innovationen, wie z.B. in unserem neuen Logistikzentrum in Ettlingen. Von hier aus werden die Waren für den deutschen Markt vertrieben.



Wo wir produzieren,
wo wir verkaufen und wo sich unsere
anderen Standorte befinden

1.3 Zukunftsvision



Wir von SanLucar haben eine Vision: Wir möchten unseren Kunden zwölf Monate im Jahr frisches, leckeres Obst und Gemüse von bester Qualität und von bestem Geschmack bieten. Diese Vision macht es nötig, dass sich SanLucar auf allen fünf Kontinenten stetig weiterentwickelt. Wir schließen Partnerschaften mit den erfahrensten lokalen Anbauern, die uns und unseren Kunden ein Premium-Produkt anbieten können. Und zwar zu in jeder Hinsicht fairen Bedingungen. Von ressourcenschonenden Anbaumethoden über angemessene Bezahlung aller Mitarbeiter bis zu sozialem Engagement in der Gemeinde.

Die Vision beinhaltet ein klares Versprechen an unsere Kunden. Um dieses einzuhalten, hat SanLucar einen ehrgeizigen Entwicklungsplan für die nächsten Jahre erarbeitet. Ein Hauptbestandteil ist dabei die Erweiterung unseres Anbaus in mehreren Ländern, um so eine ganzjährige und dennoch nachhaltige Produktion zu ermöglichen.

Unsere Vision und unsere Werte begleiten uns auf dem gesamten Weg – sie sind unser Leuchtturm und Radar. Das heißt nicht, dass unsere Unternehmenspolitik zu 100 Prozent ab dem ersten Moment, in dem wir in ein neues Land gehen, angewendet werden kann. Es ist ein Prozess, der in kleinen Schritten vorankommt. Mit vielen Herausforderungen, aber mit einem klaren Ziel: Anbau im Einklang mit Mensch und Natur.

Unser Leuchtturm-Projekt in Tunesien

Besonders stolz sind wir auf unsere Oase in Tunesien. Dort wachsen seit vier Jahren unsere erstklassigen SanLucar Tomaten. Die Oase ist ein gutes Beispiel für die konsequente Umsetzung unserer Ziele. Die richtige Auswahl des Anbaugesbietes ist immer die erste wichtige Entscheidung. SanLucar wählt Anbaugesbiete und Felder mit einem speziellen Mikroklima aus, das es uns erlaubt, den Verbrauch der natürlichen Ressourcen zu minimieren.

Das besondere Klima in Tunesien etwa trägt mit seinen geringen Niederschlägen zu einem geringeren Schädlingsbefall in unseren Pflanzungen bei. Dadurch unterstützt es unser Ziel,

die Rückstände in unseren Produkten auf null zu reduzieren.

Gleichzeitig haben wir kontinuierlich in die Verbesserung unserer Gewächshäuser investiert, wie beispielsweise unser Recyclingsystem für das überschüssige Bewässerungswasser oder das Heizungssystem, das mit der Energie des geothermalen Wassers der Oase Wärme produziert.

Durch diese konsequente Weiterentwicklung und den täglichen Einsatz unserer lokalen Experten, die die Bedürfnisse der Pflanzen genau kennen, können wir das Klima und die Bodeneigenschaften jedes Anbaugesbietes optimal nutzen.

Aber SanLucar investiert nicht nur in Technologien. Das Wichtigste sind die Menschen – und auf die sind wir ehrlich stolz. In den vergangenen vier Jahren haben wir in Tunesien intensiv auf Ausbildung und persönliche Entwicklung gesetzt. Wir haben die Arbeitsbedingungen und Pausenzonen verbessert sowie in soziale Leistungen und Arbeitssicherheit investiert.

Auch der Einsatz und das Engagement von jedem Einzelnen werden belohnt. Unsere Kollegen in Tunesien haben ein Gehalt, das mehr als 30 Prozent über dem regionalen Durchschnitt liegt. 100 Prozent unserer Kollegen konnten ihr Gehalt in diesen vier Jahren verdoppeln – aufgrund ihrer Loyalität, ihres Einsatzes und Engagements und natürlich ihrer Leistung.

Doch unsere Oase ist keine Insel. Es genügt nicht, unsere Kollegen zu verstehen, wir müssen einen Schritt weiter gehen. Der Dialog mit den umliegenden Gemeinden und seinen Repräsentanten ist notwendig, um die Bedürfnisse noch besser kennen zu lernen und um zu wissen, wie SanLucar vor Ort gezielt helfen kann.

Unsere kontinuierliche Investition in die Menschen, die Umwelt und neue Technologien während der vergangenen vier Jahre hat es uns ermöglicht, unsere Vision in Tunesien in die Realität umzusetzen. Wir haben außerdem die Voraussetzungen dafür geschaffen, die politischen Herausforderungen der letzten Zeit zu überwinden. Dieses Wachstumsmodell möchten wir auf alle

Anbaugesbiete, in denen SanLucar heute und in Zukunft anbaut, übertragen und ständig verbessern.

Im März 2012 begann unser zweites Leuchtturm-Projekt, diesmal in Südafrika, in Rooihogte. In der Landessprache Afrikaans bedeutet Rooihogte »rote Erde«. Unser Betrieb dort hat eine Gesamtfläche von 608 ha und bietet hervorragende Eigenschaften für den Anbau. Unsere Kollegen von SanLucar International arbeiten dort unermüdlich gemeinsam mit dem Team vor Ort. Der Boden für die neuen Pflanzungen wird vorbereitet, das zukünftige Pflanzschema mit den verschiedenen Produkten und Sorten wird definiert und das Bewässerungssystem installiert. Auch die Kampagne 2012/2013 ist bereits geplant, um unseren Kunden die leckersten Zitrusfrüchte, Trauben und Steinfrüchte anbieten zu können.

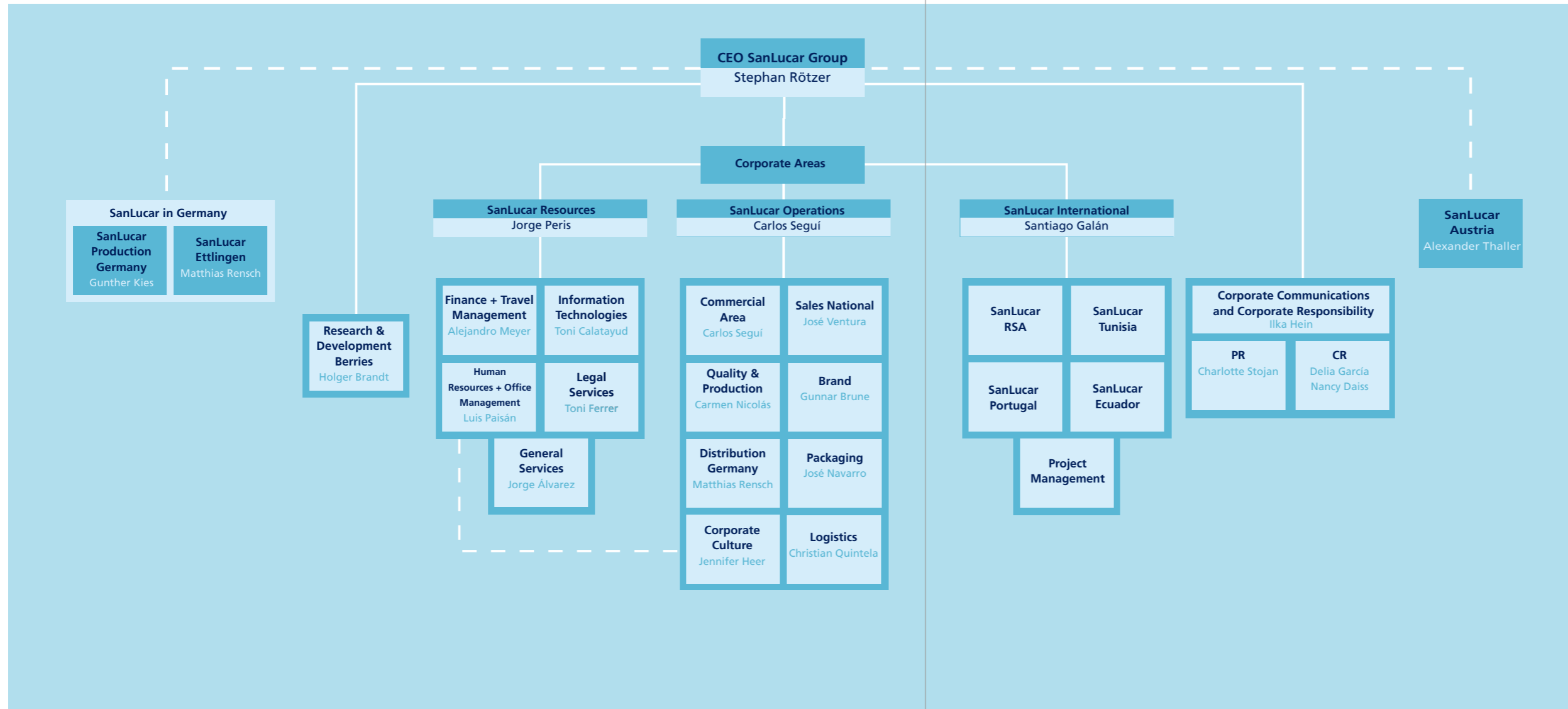
Unser Versprechen

Mit einem tollen Team und einer Mission – Leidenschaft für das beste Obst und Gemüse – werden wir auch weiterhin an der Zukunft arbeiten, die wir uns als SanLucar wünschen.

| Zukunftsvision 2020 | | | | |
|---------------------|--------|---------|-------------|--|
| Anbauland | Hektar | Tonnen | Mitarbeiter | Produkte |
| Tunesien | 4.000 | 100.000 | 20.000 | Tomaten, Steinobst, Zitrusfrüchte, Beeren, Melonen, Salat, Paprika, Auberginen, Zucchini |
| Südafrika | 3.000 | 65.000 | 8.000 | Steinobst, Zitrusfrüchte, Beeren, Trauben |
| Chile/Peru | 1.500 | 50.000 | 5.000 | Zitrusfrüchte, Beeren, Steinobst |
| Ecuador/Costa Rica | 700 | 2.000 | 1.000 | Ananas, Bananen, Trauben |
| Asien | 300 | 1.000 | 1.800 | Zitrusfrüchte, Beeren, Steinobst |

1.4 Unternehmensstruktur

Wie die unten stehende Abbildung zeigt, ist die SanLucar Zentrale in Puzol in Bereiche, Direktionen und Abteilungen unterteilt. Unsere übrigen Standorte verfügen über eine eigene Verwaltung, Personalabteilung sowie Ein- und Verkaufsabteilung, die sich mit dem Team in Puzol abstimmen.



Organigramm der SanLucar Group



Die besten Äpfel aus der Steiermark in Österreich von unserem Anbauer Ulrich Gößl

2 Unternehmensverantwortung bei SanLucar



- Das Team für Unternehmensverantwortung (CR)
- Geschmack im Einklang mit Mensch und Natur: gemeinsame Werte und gelebte Philosophie
- Das Modell »Von innen nach außen«
- SanLucar handelt!
- Risikomanagement

Soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit sind in unserer Firmenphilosophie fest verankert. Sie zeigen sich in unserer Unternehmenspolitik, in der Kommunikation und in unserem täglichen Miteinander.

2.1 Das Team für Unternehmensverantwortung (CR)

Unser Team für Unternehmensverantwortung besteht aus Experten verschiedener Fachrichtungen. So können die verschiedenen Aspekte sozialer Verantwortung und Nachhaltigkeit aus völlig unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet werden (Kontakt Daten siehe Anhang 4). Das CR-Team unterstützt alle SanLucaner bei der Entwicklung eines Unternehmensverantwortungs-Programms. CR ist nicht nur eine Abteilung – alle bei SanLucar sind ein Teil des Teams. Gemeinsam arbeiten wir an demselben Ziel und teilen dieselbe Zukunftsvision.

Ilka Hein arbeitet von Deutschland aus in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmensverantwortung

Ilka führt von Deutschland aus die Abteilungen, für deren Bereiche sie Expertin ist: Unternehmenskommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmensverantwortung. Zusätzlich arbeitet sie als professioneller Coach. Sie ist SanLucars Verbindung zur Presse. Fundierte Kenntnisse des Lebensmittelsektors und -marktes verbinden sich bei ihr mit einem tiefen Verständnis dafür, wie SanLucar arbeitet. So kann sie unseren Partnern die Philosophie, die Werte und Zukunftspläne von SanLucar vermitteln.

Ilka leitet unsere deutsche CR-Abteilung. Zusammen mit den Kollegen in Ettlingen sowie lokalen Gruppen, NGOs und Stakeholdern erarbeitet sie strategische Konzepte für unsere Aktivitäten.

Delia García leitet von Puzol aus unsere Programme für nachhaltige soziokulturelle Entwicklung

Delia hat Umweltwissenschaften studiert und ein Masterprogramm für Umweltmanagement, Unternehmensverantwortung und Unternehmenskommunikation absolviert. Als Spezialistin für verantwortliches Management und nachhaltige Entwicklung koordiniert und leitet sie Projekte von Puzol aus. Daneben organisiert sie interne Arbeitsgruppen für verantwortliches Management bei SanLucar sowie die Kommunikation mit unseren Stakeholdern.

Delia leitet außerdem das Projekt für soziale Entwicklung in Südafrika und das SanLucar Freiwilligenprogramm. Sie ist Mitglied des Teams, das sich mit unserem CO₂-Fußabdruck beschäftigt, und arbeitet im Komitee für Gleichberechtigung, Vielfalt und nachhaltige Mobilität mit.

Nancy Daiss ist zuständig für die operative Ausführung unserer Projekte

Nancy Daiss hat Gartenbau studiert und hat danach einen Master für Business Administration absolviert. Derzeit ist sie dabei, ihr Masterprogramm in Agroökologie abzuschließen. Nancy arbeitet seit 2007 bei SanLucar und unterstützt das CR-Team seit 2011 mit ihrem Know-how im nachhaltigen Anbau und in Entwicklungsprojekten. Sie ist Mitglied im Sicherheits- und Gesundheitskomitee von SanLucar Fruit und unserem Green-Office-Team.



Das CR-Team

CR bei SanLucar ist durch Botschafter weltweit vertreten

SanLucar ist ein internationales Unternehmen. Unsere Kollegen und Partner helfen uns dabei, weltweit verantwortlich zu handeln. Botschafter wie Petra Kreinecker in Österreich, Andrea Ceballos, Dali Chabchoub und Bochra Jourani in Tunesien, Marius Merwe und Patricia Ciscar in Südafrika, Fernando Piza in Ecuador und Costa Rica oder Nicolás Aguilera in Chile sind unsere Augen und Ohren vor Ort. Ohne sie wäre die CR-Arbeit bei SanLucar nicht möglich.



Die Aufgaben der CR-Abteilung:

- Wir ermitteln Möglichkeiten zur sozialen Entwicklung und zum Umweltschutz bei unseren Aktivitäten und in den Gemeinden vor Ort.
- Wir sammeln Informationen über die wichtigsten Themenbereiche der gesellschaftlichen Verantwortung auf nationaler und internationaler Ebene. So sind wir immer über die neuesten Tendenzen und Entwicklungen informiert und wenden sie so weit wie möglich an.
- Wir geben allen Abteilungen Hilfestellung bei der Projektentwicklung und unterstützen sie dabei, ihre Ziele bezüglich der Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit zu erreichen.
- Wir sind stets im Kontakt mit allen Abteilungen und fördern die Gründung von Arbeitsgruppen, die Nachhaltigkeitskonzepte entwickeln.
- Wir fördern den Dialog mit allen Stakeholdern, die in diesem Bericht genannt werden: Kollegen, Anbaupartner, Kunden und NGOs, öffentliche Verwaltung etc. So erörtern wir die Möglichkeiten für gemeinsame Projekte und deren ständige Verbesserung.
- Wir überprüfen die Fortschritte unserer CR-Ziele und koordinieren die Erstellung des Jahresberichts.

2.2 Geschmack im Einklang mit Mensch und Natur: gemeinsame Werte und gelebte Philosophie

Für uns bei SanLucar zählt jede Tat. Nicht nur wir, sondern auch unsere Partner sollen die Werte und Pflichten, die die Basis der täglichen Arbeit und unserer Entscheidungen bilden, kennen und respektieren. Deshalb haben wir unseren Ethikkodex 2011 in sechs Sprachen übersetzt und auf unserer Internetseite <http://www.sanlucar.com/unternehmen/corporate-responsibility/> und im Webportal veröffentlicht.

Aber weil wir wissen, dass wir uns immer verbessern können, ist das Unternehmen SanLucar noch einen Schritt weitergegangen: 2012 haben wir eine Abteilung für Unternehmenskultur gegründet. Sie soll die SanLucar Philosophie an unsere Kollegen, Kunden und Anbaupartner weitergeben und dabei helfen, dass sie noch besser verstanden und verinnerlicht wird, etwa durch Schulungsreisen und spezielle Trainingsaktionen.

Es wurde der Besuch von drei Athleten der Paralympischen Spiele in unserer Zentrale in Puzol am 26. April 2012 organisiert. Die schwerbehinderten Sportler David Casinos, Ricardo Ten und Óscar Ponce zeigten uns, dass mit Einsatz, Leidenschaft, Teamgeist, Können, Initiative und Motivation alles möglich ist. Sie berichteten von ihren persönlichen Erfahrungen und erklärten, wie sie diese Werte täglich anwenden, um ihre Ziele zu erreichen.

Alle Aktionen sind Teil unseres Personalentwicklungsplans, um die Werte von SanLucar weiterzugeben und weiterzuentwickeln. So können wir sie Tag für Tag fühlen, leben, miteinander teilen und vermitteln.

Auch unsere Qualitätstechniker setzen sich täglich für Verbesserungen ein. Sie geben unser Konzept für nachhaltigen Anbau nicht einfach an unsere Anbaupartner weiter, sondern arbeiten eng mit ihnen zusammen, um unsere Ziele in jeder Saison zu erreichen. Dieses Miteinander gelingt auch deshalb so gut, weil unsere Anbaupartner große Kooperationsbereitschaft zeigen und ebenfalls den Anspruch haben, immer besser zu werden. Worin bestehen unsere Verpflichtungen?

SanLucar verfügt über einen eigenen Ethikkodex. Er basiert auf den internationalen Normen SA8000, nach denen SanLucar seit 2010 zertifiziert ist, und auf den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen, die wir 2011 unterzeichnet haben. Der Ethikkodex ist auf unserer Internetseite zugänglich und wird jedem unserer Stakeholder übergeben. Der Ethikkodex ist eine Zusammenfassung der Vereinbarungen, die SanLucar gemeinsam mit seinen Stakeholdern erfüllt, und bildet die Grundlage für alle Entscheidungen. So können wir von einer SanLucar Qualität sprechen, einer Qualität, die in der gesamten Wertschöpfungskette gelebt wird und nachhaltig ist.

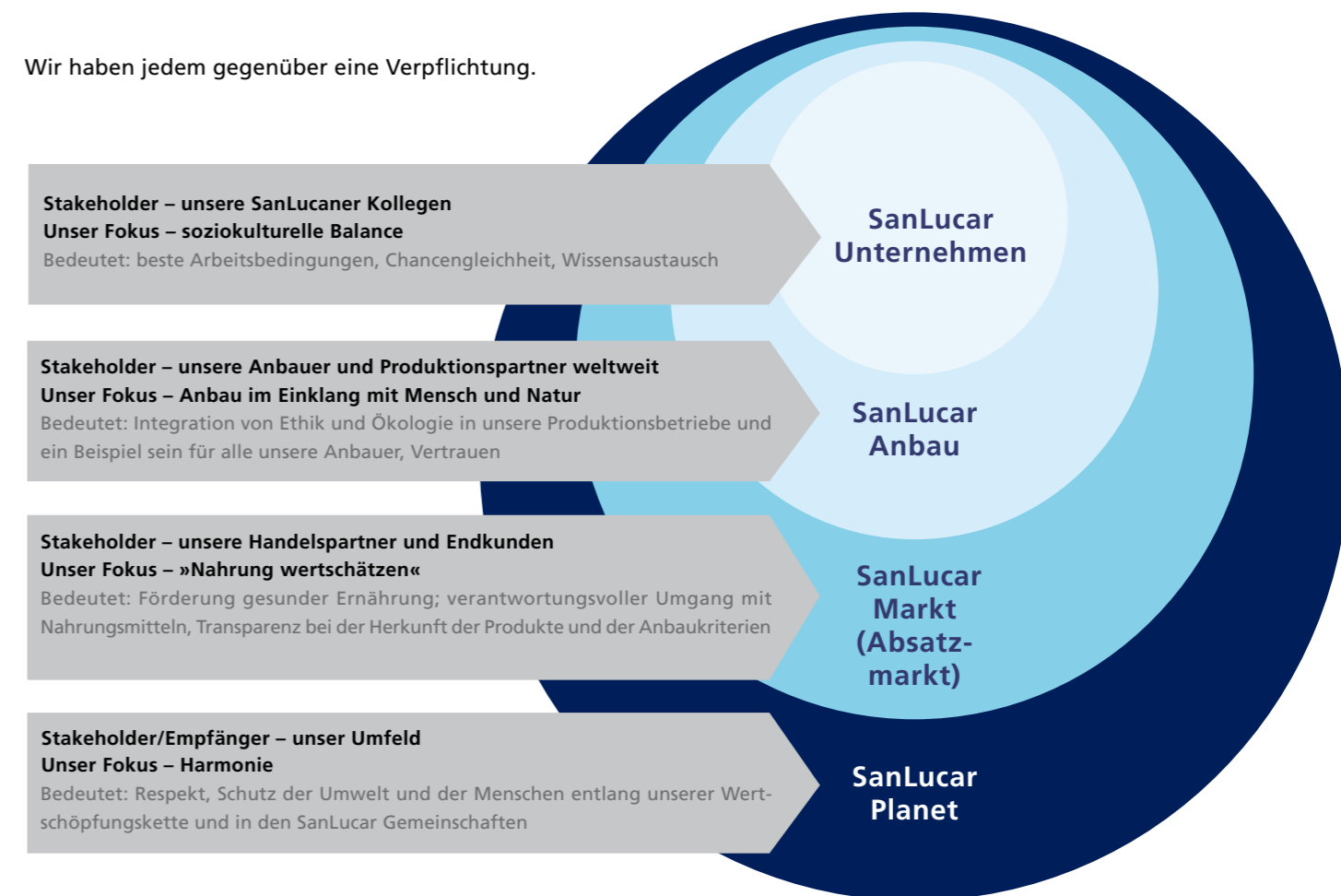
| Unsere Werte | ... und wie wir sie jeden Tag leben. |
|---|---|
| 1. Wir bringen hervorragende Leistungen, weil wir auf gute Zusammenarbeit und Kooperation mit unseren Partnern setzen. | • Der Mensch steht im Mittelpunkt. Konzentriere dich deshalb nicht auf einen Anbaupartner, ein Produkt oder einen Kunden, sondern auf die jeweilige Person. |
| 2. Unseren Stakeholdern aktiv zuhören, um ihre Bedürfnisse besser zu verstehen. | • Arbeite vorausschauend! So kannst du Probleme und die aus ihnen folgende Suche nach ihrer Lösung vermeiden. |
| 3. Ethik und verantwortungsbewusstes Management: Fair Play im Geschäft. | • Fordere Kritik ein und helfe anderen, besser zu sein als du selbst. |
| 4. Ehrlichkeit und Transparenz. | • Akzeptiere keine halben Lösungen. |
| 5. Qualität: Wir achten auf jedes Detail während des gesamten Prozesses. Vor der Aussaat, bei der Aussaat, während des Wachstums, bei der Ernte, bei der Auslieferung und beim Verkauf. | • Übernimm Verantwortung und stelle niemals deine eigenen Interessen vor die der Gruppe. |
| 6. Nachhaltigkeit: Respekt gegenüber der Umwelt und den Menschen, unabhängig von den jeweiligen Bedingungen und Umständen. | • Arbeite so, dass es dich glücklich macht. Nur dann kannst du wirklich zum Erfolg unseres Unternehmens und unserer Partner beitragen. |
| 7. Bedeutende Innovationen für unsere nachhaltige Entwicklung und ständiger Lernprozess. | • Arbeite nur mit Partnern, die dieselben Werte vertreten wie wir. |
| 8. Lieber vorausschauend planen als nachträglich korrigieren. | |
| 9. Garantie für das gesündeste, natürlichste und leckerste Obst und Gemüse während des ganzen Jahres. | |
| 10. Wir teilen die Werte von SanLucar mit unseren Partnern und geben sie an all unsere Stakeholder weiter. | |

2.3 Das Modell »Von innen nach außen«

Unser Modell der Unternehmensverantwortung entwickelt sich von innen nach außen. Dabei basiert es auf einer Strategie, die die Zusammenarbeit von allen unseren wichtigsten Stakeholdern erfordert. Diese stellen dabei den Mittelpunkt der Strategie dar und sind Teil der SanLucar Familie. Unsere Aktivitäten richten sich an:

- die SanLucaner (SanLucar Mitarbeiter)
- unsere Anbaupartner
- unsere Vertriebspartner, Kunden und Konsumenten
- unser soziales Umfeld und die Natur

Wir haben jedem gegenüber eine Verpflichtung.

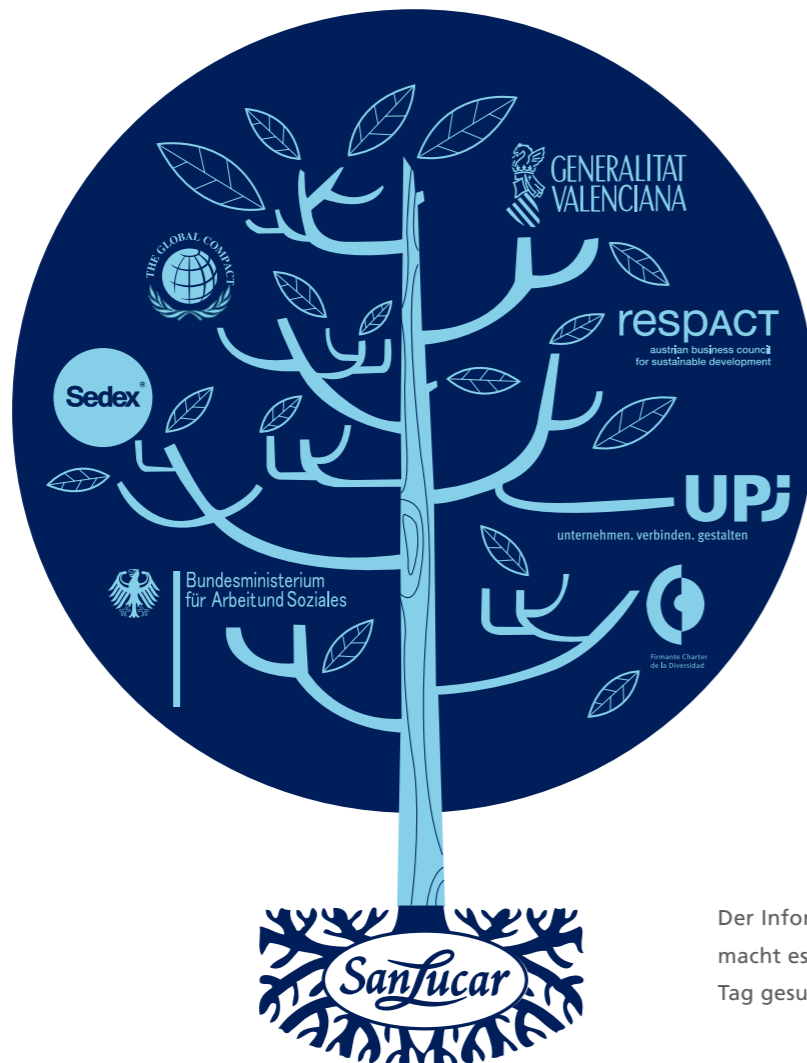


Unser CR-Modell:
 »Von innen nach außen«

2.4 SanLucar handelt!

Wir sprechen laufend mit Experten über neue Möglichkeiten, Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen zu leben. Diese Dialoge sind für uns eine Inspirationsquelle und regen dazu an, das eigene Handeln kritisch zu hinterfragen. Der aktive Austausch in unseren Netzwerken und mit unseren Stakeholdern ermöglicht es, Probleme im Voraus zu erkennen und schnellstmöglich zu agieren. Das bedeutet:

- **Förderung der Verantwortung.** Wir unterstützen die Prinzipien des Global Compact und der Charta der Vielfalt, weil wir an eine gerechte Gesellschaft und an eine nachhaltigere Welt glauben. Unser Handeln richtet sich nach diesen Prinzipien.
- **Arbeit im Netzwerk.** Wir sind Mitglied der Netzwerke UPJ in Deutschland und respACT in Österreich, in denen sich CR-engagierte Unternehmen und gemeinnützige Mittlerorganisationen (NGOs und internationale Organisationen) zusammenschließen. Der Austausch mit anderen Unternehmen und Organisationen zeigt uns, ob wir auf dem richtigen Weg sind.
- **Transparenz.** Wir veröffentlichen unsere Aktivitäten im SEDEX (The Supplier Ethical Data Exchange).
- **Aktionen vor Ort.** Wir nehmen seit 2011 an dem Programm ENGAGE Valencia teil und engagieren uns in einer Vielzahl von Solidarprojekten an unseren Hauptstandorten Spanien, Deutschland, Österreich und in unseren Anbauländern weltweit.



Der Informationsaustausch macht es möglich, dass wir jeden Tag gesund wachsen.

Interview mit Peter Kromminga, CEO von UPJ, über die Rolle von SanLucar im Netzwerk

Peter Kromminga ist CEO von UPJ, dem Corporate-Citizenship- und CSR-Netzwerk Deutschland. Da wir eng mit UPJ zusammenarbeiten und uns seine Meinung wichtig ist, haben wir mit ihm über verschiedene CR-Themen gesprochen.

Herr Kromminga, was war der Auslöser für die Gründung von UPJ? Welche Bedarfslücke gab es?

CSR in Deutschland voranzubringen, ist die Mission von UPJ. Dabei verstehen wir CSR als den spezifischen Beitrag von Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung, den sie durch verantwortliches Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette und im Gemeinwesen, in der Zusammenarbeit mit Akteuren aus Zivilgesellschaft, Politik und Verwaltung praktisch umsetzen. So können gesellschaftliche Innovationen entstehen und so kann das Gemeinwesen zukunftsfähig gestaltet werden.



Welchen zusätzlichen Wert bietet UPJ Unternehmen?

Unternehmen erhalten auf diesem Weg praktische Unterstützung – durch Informationen, durch den Austausch von CSR-Verantwortlichen, durch Projekte und durch Beratung. Darin besteht der Mehrwert der Mitwirkung im UPJ-Netzwerk.

Seit über anderthalb Jahren ist SanLucar jetzt Teil von UPJ. Wie sehen Sie die Entwicklung SanLucars in dieser Zeit?

SanLucar lebt die Unternehmenswerte. Das spürt man, wenn man mit dem Unternehmen zu tun hat. Und man spürt die wachsende Professionalisierung. Das ist nicht selbstverständlich für ein mittelständisches Unternehmen. SanLucar geht CR systematisch an, setzt dafür erhebliche personelle und finanzielle Ressourcen ein. Die Werte werden in eine Strategie überführt.

Ein Unternehmensnetzwerk ist eine Plattform für den Austausch von Erfahrungen und hilft, die eigenen Strategien zu hinterfragen. Außerdem ermöglicht es, von erfolgreichen Beispielen und auch von Problemen anderer Unternehmen zu lernen und das eigene Engagement zu stärken. Inwieweit hat sich SanLucar bisher eingebracht und konnte anderen durch seine Erfahrungen weiterhelfen?

Im UPJ-Netzwerk wirken kleine, mittlere und sehr große Unternehmen mit. Die herkömmliche Meinung ist: Die kleinen

und mittleren Unternehmen lernen von den großen. Bei SanLucar ist das anders. Auf unterschiedliche Weise hat SanLucar die eigenen Erfahrungen und Herangehensweisen etwa zu CR-Managementfragen, zu Umsetzungsfragen von CR oder zu Fragen der Lieferkette gewinnbringend für die anderen Mitglieder in die Arbeit und den Austausch im Netzwerk eingebracht. Darüber hinaus repräsentiert SanLucar als gutes Beispiel einer gelungenen CR-Praxis das UPJ-Netzwerk in den Medien oder auf Veranstaltungen, wie etwa auf der internationalen CSR-Tagung des Bundesministeriums Ende 2011 in Berlin.

Das Prinzip »Unternehmensverantwortung« ist in den neunziger Jahren entstanden und hat sich seitdem rasant weiterentwickelt. Werfen wir einen Blick in die Zukunft: Was wird Ihrer Meinung nach wichtig, um mit dieser schnellen Entwicklung Schritt zu halten?

CSR wird sich weiterhin sehr dynamisch entwickeln. Davon bin ich überzeugt, gerade angesichts der Globalisierung und ihrer Folgen – und insbesondere auch angesichts der Finanz- und Wirtschaftskrise, die dazu führt, dass Unternehmen unter verstärkter Beobachtung stehen und einem verstärkten Druck seitens der Zivilgesellschaft, von NGOs und der Politik ausgesetzt sind. Da macht es Sinn, sich in Netzwerken mit Kolleginnen

und Kollegen aus anderen Unternehmen auszutauschen. Und es ist sinnvoll, auf fundierte Stakeholder-Dialoge und Stakeholder-Management zu setzen. Das ist die beste Voraussetzung, nah an den Entwicklungen zu sein und daraus die notwendigen Schlüsse für die CR-Strategie und die Maßnahmen zu ziehen.

Was sind im Hinblick auf die Zukunft die wichtigsten Herausforderungen für Unternehmen in Bezug auf ihre unternehmerische Verantwortung, insbesondere im Obst- und Gemüsesektor?

Drei Herausforderungen kommen mir spontan in den Sinn: Erstens denke ich an Fragen der Lieferkette. Transparenz und die proaktive Information der Verbraucherinnen und Verbraucher über die Herkunft der Produkte und unter welchen Bedingungen sie produziert wurden, werden immer wichtiger – denken Sie nur an die Sendung »Markencheck« im Ersten Deutschen Fernsehen zur besten Sendezeit. Zweitens, und auch das betrifft die Transparenz: Wie groß ist der CO₂-Fußabdruck von Produkten, wie kann er verringert werden? Und drittens ist meine Einschätzung, dass nach dem starken Öko-Trend in Deutschland das Thema »Fair produzierte und gehandelte Produkte« an Bedeutung gewinnen wird, wie es zum Beispiel in Großbritannien und den Niederlanden schon länger der Fall ist.

Es gibt Unternehmen, die eine CR-Politik aus Imagegründen einführen, ohne dabei wirklich von ihren Werten überzeugt zu sein. Andere nutzen soziale Verantwortung als strategisches Hilfsmittel. Denken Sie, dass die Unternehmen bereits alle zur Verfügung stehenden Mittel ausgeschöpft haben, oder gibt es noch Potenzial?

»TRANSPARENZ UND DIE PRO-AKTIVE INFORMATION DER VERBRAUCHER WERDEN IMMER WICHTIGER.«

CR als reine PR-Maßnahme, Greenwashing also, nimmt immer mehr ab, so mein Eindruck. Das ist in Zeiten einer zunehmend

kritischen Öffentlichkeit in den klassischen und neuen Medien auch viel zu leicht durchschaubar und kontraproduktiv. Im Gegenteil: Wir beobachten ein zunehmendes ernsthaftes Herangehen vieler Unternehmen an das Thema gesellschaftliche Verantwortung. Dabei haben allerdings viele, die sich auf den Weg gemacht haben, die Mühen der Ebene noch vor sich, bis die Potenziale von CR für den Geschäftserfolg tatsächlich erschlossen werden können oder CR gar in das Geschäftsmodell integriert worden ist.

Lassen Sie uns über die politischen Rahmenbedingungen reden. Glauben Sie, dass Unternehmen bei der Einführung von CR-Aktivitäten genügend Unterstützung durch die Regierung erhalten? Was halten Sie von der neuen europäischen CSR-Strategie?

Ich verstehe die Rolle von Politik und öffentlicher Verwaltung im Feld von CR als Chancegeber. Unterstützung brauchen vor allem kleine und mittlere Unternehmen, weil ihnen oft die Zeit und die Ressourcen fehlen, CR systematisch anzugehen und in die Geschäftsprozesse zu integrieren. Die EU-Kommission hat das frühzeitig erkannt und entsprechende Programme auf den Weg gebracht. Die meisten EU-Mitgliedsländer ziehen jetzt nach. Besonders erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang das CSR-Aktionsprogramm der deutschen Bundesregierung, das mit einem umfangreichen Förderprogramm zu CSR in KMU einen besonderen Schwerpunkt setzt. UPJ arbeitet in diesem Programm mit einem größeren Projekt aktiv mit. Die Ausrichtung der aktuellen CSR-Mitteilung der EU-Kommission begrüße ich sehr, weil sie CSR als Gestaltungsaufgabe begreift, in der Verantwortung, Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Zusammenhalt gleichwertig neben der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und des europäischen Wirtschaftsraums stehen. Gerade in Deutschland wird diese Perspektive, die sich etwa in Begriffen wie »Shared Value« oder »Social Innovation« ausdrückt, zu meinem Bedauern sehr stark überlagert von der Diskussion über die angekündigten Offenlegungspflichten für Unternehmen, die meines Erachtens für den überwiegenden Teil der Unternehmen, die sie betreffen werden, nicht wirklich eine Herausforderung sein werden.

Sie kennen unsere verschiedenen CSR-Aktivitäten mittlerweile sehr gut. Welches unserer Projekte erscheint Ihnen am interessantesten und passt auch zu unseren weiteren Unternehmensaktivitäten?

Zunächst möchte ich betonen, dass aus meiner Sicht viele Aktivitäten, die bei SanLucar erfolgreich und für das

Unternehmen quasi selbstverständlich umgesetzt werden, wie z.B. Tröpfchenbewässerung, in vielen anderen Unternehmen als »Leuchtturmprojekte« bezeichnet werden würden und längst keine Selbstverständlichkeit sind. Darüber hinaus finde ich es vorbildhaft, wie SanLucar in seinen Anbauregionen daran arbeitet, gesellschaftliche Innovationen voranzubringen.

»NICHT NUR DIE MITARBEITER SIND SANLUCAR WICHTIG, SONDERN AUCH IHRE FAMILIEN.«

Ein Beispiel hierfür ist die Förderung der Chancengleichheit in Tunesien durch verschiedene Qualifizierungsmaßnahmen im Bereich Anbau, speziell im Tomatenanbau. Dieses Engagement erleichtert SanLucar nicht nur den Zugang zu qualifiziertem Personal, sondern fördert die Mitarbeiter in ihrer beruflichen Weiterentwicklung. Aber nicht nur die Mitarbeiter sind SanLucar wichtig, sondern auch ihre Familien; so stellt SanLucar beispielsweise Schulprämien zur Verfügung.

Der Obst- und Gemüseanbau hat seine Besonderheiten, man muss immer auf mögliche Krisenthemen vorbereitet sein. Welche Top-3-Themen fallen Ihnen ein?

Zuallererst fällt mir die Einhaltung der Menschenrechte ein und die Frage, wie Unternehmen ihre Produktion angesichts instabiler politischer Verhältnisse in manchen Anbauländern verantwortlich gestalten können. Ein weiteres Krisenthema, gerade in der Lebensmittelbranche, ist die Lebensmittelsicherheit. Kein Unternehmen wird zu 100 Prozent ausschließen können, dass hier einmal etwas passiert. Das zeigt etwa die Diskussion in Deutschland über dioxinbelastete Bio-Eier. Auch wenn ein Unternehmen alles unternimmt, um solche Risiken zu minimieren, sollte es angesichts der zunehmend kritischen Haltung von Verbrauchern und Medien auf den Ernstfall vorbereitet sein. Und als drittes Thema möchte ich die Grundversorgung von Menschen mit Lebensmitteln nennen. Gerade Unternehmen in dieser Branche stehen vor der Herausforderung, Geschäftsmodelle für Menschen »at the base of the pyramid« zu entwickeln. Dafür wird ein

intensiver Austausch mit Entwicklungsorganisationen, mit der Zivilgesellschaft in den betroffenen Ländern, aber auch mit anderen Unternehmen notwendig sein, um Ansätze zu entwickeln, die beiden Seiten nützen: den Menschen und dem Unternehmen.

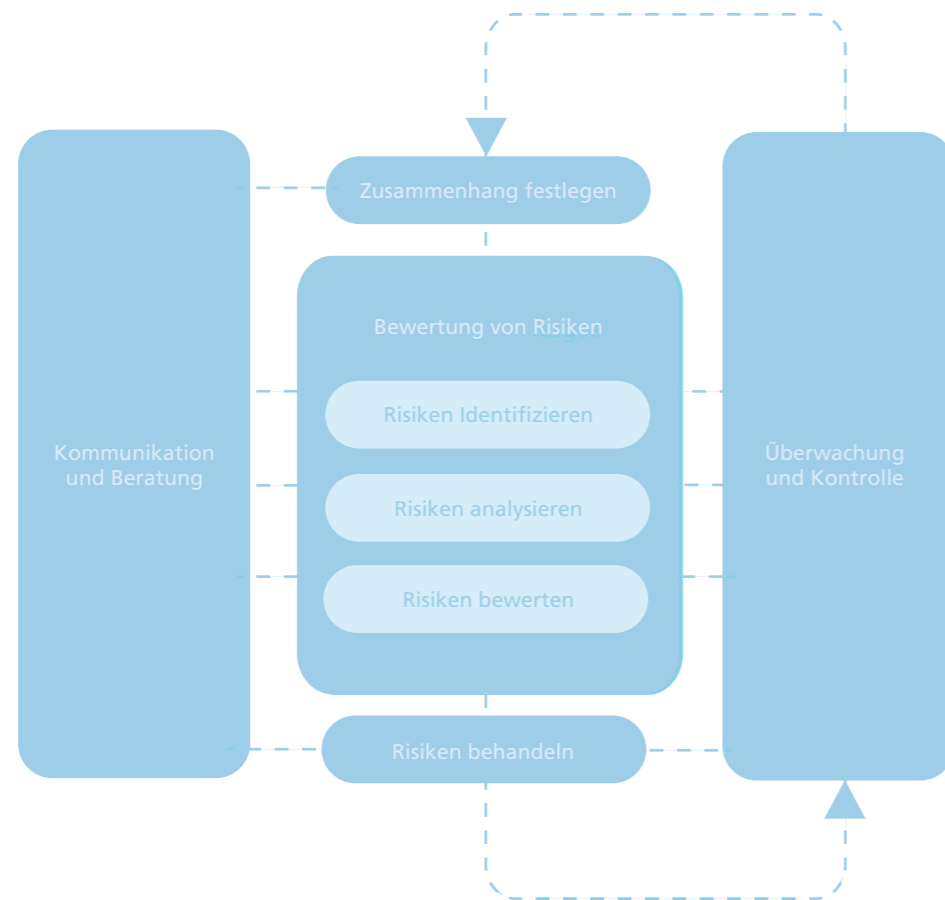
SanLucar veröffentlicht einen jährlichen CR-Bericht. Warum ist die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes wichtig?

Ein CR-Bericht ist wichtig und inzwischen für viele Unternehmen unverzichtbar, weil er Transparenz gegenüber externen Stakeholdern schafft. Neben einem gedruckten jährlichen Bericht werden andere Kommunikationskanäle im Internet wie etwa Blogs und soziale Netzwerke immer wichtiger, weil sie einerseits Aktualität gewährleisten können und andererseits Möglichkeiten für einen Dialog bieten, die ein Bericht aus Formatgründen praktisch nicht leisten kann. SanLucar geht diesen Weg offensiv und erfolgreich. Mindestens genauso wichtig ist meines Erachtens aber die Wirkung nach innen. Im Prozess der Erstellung eines Berichtes erfolgt eine Bestandsaufnahme dessen, was alles schon passiert im Bereich Verantwortung und Nachhaltigkeit. Das ist der notwendige erste Schritt, um Schwerpunkte setzen und eine passende Strategie entwickeln zu können. Und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens werden mitgenommen, allein schon dadurch, dass bei ihnen die notwendigen Informationen für den Bericht eingeholt werden. Die Beteiligung und Mitwirkung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist aus meiner Sicht der wichtigste Hebel für den Erfolg einer CR-Strategie und deren Umsetzung in einem Unternehmen.



2.5 Risikomanagement

Wir hinterfragen ständig unser Geschäftsmodell, stellen die Art und Weise des Anbaus, die Vermarktung und unsere Ziele immer wieder auf den Prüfstand. Dieses Vorgehen war und ist für uns von großer Bedeutung. 2011 haben wir dabei einen wichtigen Schritt getan und ein Risikomanagementsystem entwickelt, das auf den Qualitätsstandards ISO 9001, IFS, QS und auf internationalen Normen für Risiko- und Krisenmanagement (ISO 31000) basiert.



Verfahren des Risikomanagements

Damit verfügt SanLucar über einen detaillierten Risikoplan. Er sieht Präventivaktionen, einen Reaktionsplan mit einem 24-Stunden-Krisenkomitee sowie Richtlinien und spezielle Kommunikationskanäle für unsere gesamte Organisation vor. In der Kampagne 2012/2013 werden die Risiken auf wirtschaftliche Aspekte und auf ihre Auswirkungen bewertet. Mit diesen Ergebnissen wird das neue System dann vollständig eingeführt. Allerdings bietet jedes Risiko auch Chancen, die von unseren Experten analysiert werden. So können wir unsere Arbeitsweise optimieren, Krisen vorbeugen und negative Auswirkungen vermeiden.



Unsere Techniker in Tunesien

3 Gemeinsam wachsen



- Was ist ein soziokulturelles Gleichgewicht?
- Ausbildung und Entwicklung
- Unsere Politik für Gleichberechtigung und Vielfalt
- Verkehrssicherheit und nachhaltige Mobilität
- Interne Kommunikation und Befragungen zum Arbeitsklima
- Unser Managementsystem SA8000

Unsere Kollegen sind uns wichtig, wir kümmern uns um jeden Einzelnen. Denn ohne ihre Unterstützung wäre unser Handeln nicht möglich. Wir alle teilen dieselben Werte und fühlen uns gegenüber SanLucar, gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt, in der wir leben, verpflichtet.

Wir »SanLucaner«

- wissen, dass jeder Einzelne ein Teil eines Teams und Teil einer noch größeren Mannschaft ist: SanLucar.
- haben 2.000 Stunden Freiwilligenarbeit geleistet.
- nehmen an verschiedenen Solidaraktionen teil, wie an Weihnachten »Geschenke für alle«.
- arbeiten bei von der CR-Abteilung initiierten Projekten, wie z. B. dem Green Office, mit.
- sind weltweit die Augen von SanLucar durch das CR-Botschafter-Netz.

Fast 150 Kollegen kommen jeden Tag zum Unternehmenssitz nach Puzol, einer Kleinstadt umgeben von Zitrusfeldern, die 20 Kilometer nördlich von Valencia liegt. In einem multikulturellen und dynamischen Umfeld entwickeln wir neue Sorten und Konfektionen, mit denen wir unsere Kunden immer wieder aufs Neue überraschen. Wir planen die Kampagnen, organisieren die Logistik und sorgen dafür, dass unsere strengen Qualitätsstandards eingehalten werden.

Die Zentrale bei Valencia ist nur ein kleiner Teil von SanLucar. Zu unserer Familie zählen weitere 1.150 Mitarbeiter, die uns in Deutschland, Österreich, Frankreich, Portugal, Tunesien, Südafrika, Chile, Ecuador und Costa Rica repräsentieren. Die mehr als 1.300 SanLucaner weltweit haben ein gemeinsames Ziel: Wir bieten das frischeste Obst und Gemüse mit dem besten Geschmack an, im Einklang mit Mensch und Natur.

3.1 Was ist ein soziokulturelles Gleichgewicht?

Bei SanLucar schätzen wir die Arbeit und Einstellung von jedem und wissen, dass dadurch das Leben und der Erfolg jedes Teammitglieds und des gesamten Unternehmens beeinflusst werden. Daher unterstützen wir Eigeninitiative und Engagement, investieren in die berufliche Fortbildung, sorgen für einen sicheren und gesunden Arbeitsplatz, gewährleisten Chancengleichheit und fördern Vielfalt.

Ein wichtiges Ziel eint uns: Wir wollen, dass alle ohne Berücksichtigung von Geschlecht, Rasse, Glauben, Herkunft oder Behinderung die gleichen Chancen haben. Kulturelle und berufliche Vielfalt sowie Talententwicklung werden bei SanLucar durch Austausch- und Fortbildungsprogramme, wie beispielsweise durch unser Freiwilligenprogramm, unterstützt.

3.2 Ausbildung und Entwicklung

In SanLucar fördern wir die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter, um ein hohes Niveau an Motivation und Leistung zu erlangen. Dabei soll jeder Mitarbeiter sein gesamtes Potenzial ausschöpfen können. Gut ausgebildete Mitarbeiter, ein hoher Grad an Professionalität und Kompetenz gehören zu unserer Unternehmenspolitik. Sie sind optimal darauf vorbereitet, Verantwortung zu übernehmen und Herausforderungen proaktiv zu begegnen.

Die interne Weitergabe von Know-how ist für SanLucar selbstverständlich. Kollegen, die über weitreichende Kenntnisse zu speziellen Themen verfügen, geben sie in internen Kursen weiter. So werden gleichzeitig ihre Kommunikationskompetenzen gefördert. Während der Kampagne 2011/2012 haben wir mehr als 20 Ausbildungskurse zu Themen wie SA8000, HACCP, Produktspezifikationen, Informatikprogramme, Konfektionsprozesse von Früchten und Marketingworkshops durchgeführt.

2011 haben wir auch mit der Durchführung von »Produkttagen« begonnen. Hier stellen Teams aus dem Qualitätsmanagement, Packaging, Marketing, Vertrieb, Beerenforschung und -entwicklung zu Beginn der Kampagne ihre interessantesten und innovativsten Projekte vor und klären Fragen und Unsicherheiten.



Praktikumsprogramm bei SanLucar

An den Produkttagen können SanLucaner alle Konfektionen ansehen und die Produkte verkosten. Bis jetzt wurden Produkttage zu Zitrusfrüchten (November 2011), Beeren (Januar und Mai 2012) und Steinobst, Kirschen und Trauben (Juni 2012) organisiert.

SanLucar setzt auch auf junge Talente und bietet Praktikumsprogramme von vier bis sechs Monaten für Studenten, Auszubildende und Berufsanfänger an. Jährlich absolvieren bis zu 28 Trainees ein Praktikum bei uns, hauptsächlich aus dem deutschsprachigen Raum, aber auch aus anderen europäischen Ländern und von anderen Kontinenten. Bei Universitäten und Koordinationszentren der Austauschprogramme, wie Leonardo da Vinci oder Erasmus, genießt SanLucar ein hohes Ansehen, wie die dreimalige Förderung durch das Programm EURODISEA belegt. Unsere Praktika beinhalten ein kontinuierliches Ausbildungsprogramm. Neben der Arbeit in der jeweiligen Abteilung sieht es Sprachkurse vor sowie die Möglichkeit, an Projekten aktiv mitzuarbeiten und dabei eigene Ideen einzubringen. Der hohe Ausbildungsstandard zeigt sich auch dadurch, dass viele unserer Praktikanten übernommen werden und ihre Berufslaufbahn direkt bei SanLucar starten.

Ein weiteres wichtiges Ziel der Personalabteilung ist die Entwicklung eines Auswahlverfahrens für die besten Bewerber. Außerdem wurden Leitlinien erarbeitet, mit deren Hilfe wir neue Kollegen nach ihrem Einstieg bei SanLucar optimal begleiten und fördern können. »Neulingen« soll in den ersten Arbeitswochen all unser Know-how zur Verfügung stehen. Dieses OnBoarding-Programm wurde mit dem Ziel ins Leben gerufen, eine erfolgreiche Integration zu erleichtern und im Blick zu behalten. Das

OnBoarding soll außerdem die richtigen Weichen für die weitere Ausbildung und den späteren Karriereweg stellen.

Daneben haben wir im März 2012 die interne Ausbildungsplattform SanLucar Academy eingeführt. Diese Internetplattform hilft dabei, Ausbildungsprogramme, die sich sowohl an Kollegen als auch an unsere Anbaupartner und Kunden richten, zu koordinieren und durchzuführen. Der erste Kurs befasst sich mit dem Thema »Verkehrssicherheit und energiesparendes Fahrverhalten«. 20 Personen haben die Ausbildung bereits absolviert und ihre Kenntnisse so überprüft und verbessert.

3.3 Unsere Politik für Gleichberechtigung und Vielfalt

Bei SanLucar ist Chancengleichheit mehr als eine gesetzliche Vorgabe. Sie ist ein selbstverständlicher Teil unserer sozialen Verantwortung und noch dazu ein Wettbewerbsvorteil. Chancengleichheit durchdringt bei SanLucar jeden Unternehmensbereich: von der Mitarbeiterauswahl über Beförderungen, Gehaltspolitik, Ausbildung, Arbeitsbedingungen, Sicherheit am Arbeitsplatz bis zur Arbeitszeiteinteilung.

In einer im Februar 2011 durchgeführten Umfrage zu den Themen Gleichberechtigung und Vielfalt bestätigten 98 Prozent unserer Belegschaft, dass die Vielfalt bei SanLucar für sie persönlich ein positiver Faktor ist. Zurzeit arbeiten bei SanLucar Menschen aus 19 verschiedenen Nationen. Seit 2011 berichtet jeden Monat ein SanLucaner in unserem Mitarbeitermagazin, was für seine Kultur wichtig ist, und erläutert uns seine Weltsicht. So können wir den kulturellen Reichtum von SanLucar teilen und lernen, andere Kulturen wertzuschätzen.

Wir sind überzeugt, dass eine hohe Abstimmung zwischen den Bedürfnissen des Unternehmens und der Mitarbeiter Innovation, Entwicklung und Engagement fördert. Seit 2010 haben wir deshalb einen Plan für Gleichberechtigung und Vielfalt und unterzeichneten die Charta für Vielfalt. Damit haben wir uns dazu verpflichtet, unseren kulturellen Reichtum zu nutzen.

Wir fördern diese Vielfalt auch durch unsere interne zweisprachige Kommunikation (Spanisch/Deutsch) und durch Sprachkurse. So sind in der Kampagne 2011/2012 mehr als 3.500 Stunden Sprachunterricht gegeben worden.

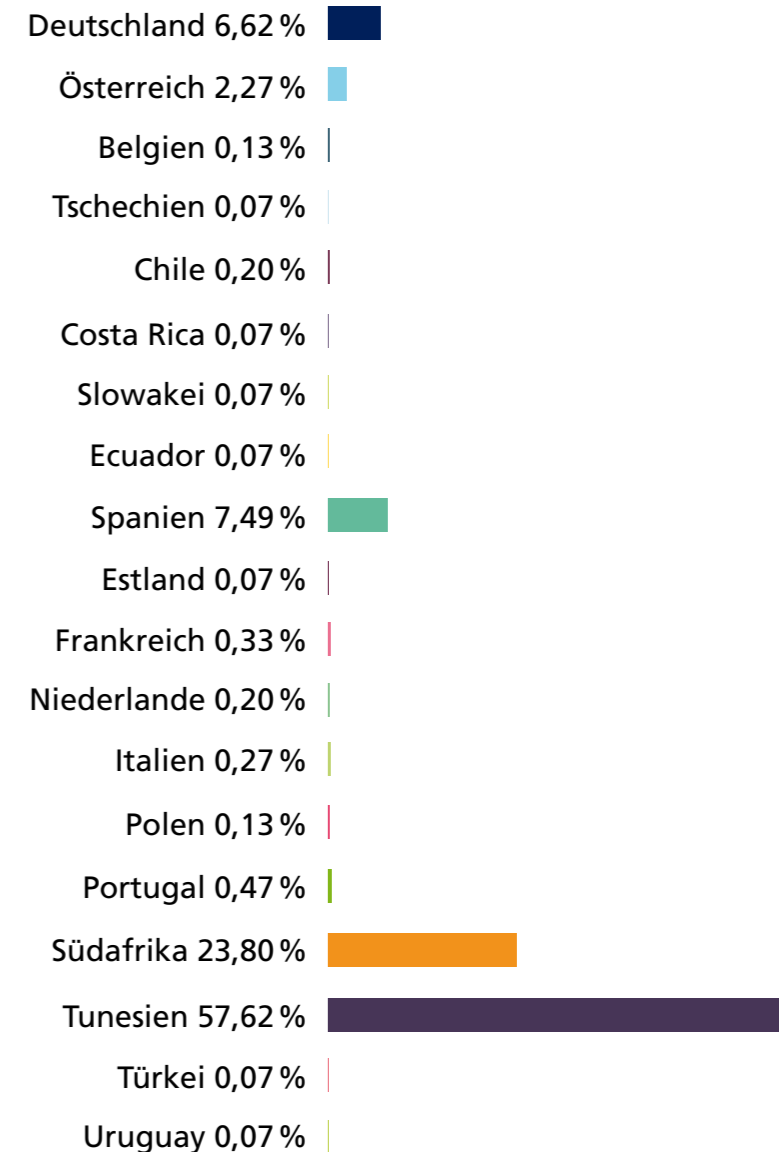


Ziele des Plans für Gleichberechtigung und Vielfalt:

- Unternehmen, das sich für Chancengleichheit einsetzt.
- die Unternehmenskultur bei SanLucar positiv zu prägen und keine Diskriminierung zuzulassen.
- Chancengleichheit bei Ausbildungen, Gehältern und Aufstiegsmöglichkeiten bieten.

Säulen des Plans für Gleichberechtigung und Vielfalt:

- unser Managementsystem SA8000
- unser sechssprachiger Ethikkodex in 30 Ländern
- Schulung des gesamten Personals in Gleichberechtigung und Vielfalt
- unsere integrierte Unternehmenspolitik berücksichtigt den Aspekt der Gleichberechtigung bei der Einstellung und Auswahl von Personal, beim Vertragsabschluss, bei der Beförderung, beim Gehalt, bei dem Zugang zu Ausbildungen und bei der Personalentwicklung
- erarbeitet werden Praktiken, Protokolle und spezifische Vorgehensweisen z. B. gegen sexuelle Belästigung und Mobbing
- Gleichberechtigungs- und Vielfalteam, ein Gleichstellungsbeauftragter mit offizieller Ausbildung
- Maßnahmen zur flexiblen Arbeitszeit und Vereinbarkeit von Beruf und Familie (z. B. »Home-Office« in konkreten Fällen)



Prozentualer Anteil der Mitarbeiter der SanLucar Gruppe nach Herkunft

- unterstützende Maßnahmen für Frauen in Managementpositionen (Master IESE für die Entwicklung von Führungskräften)
- Maßnahmen für das Management der interkulturellen Vielfalt (interkulturelle Studie in SanLucar, monatliche LucaNova-Artikel im Online-Mitarbeitermagazin)
- gleiche Arbeitsbedingungen und gleicher Arbeitsschutz, die an konkrete Fälle angepasst werden (z. B. Schwangerschaft)
- Sozialprojekte mit Gruppen, die im Risiko der Diskriminierung stehen (z. B. mit Frauen in Valencia und Ecuador)

3.4 Verkehrssicherheit und nachhaltige Mobilität

Die Sicherheit unserer Kollegen liegt uns auch dann am Herzen, wenn sie sich auf dem Weg zu uns befinden. Daher haben wir 2012 in unserer Zentrale in Puzol eine erste Kampagne zur Verkehrssicherheit gestartet, die auch ein Modul zur effizienten Fahrweise einschließt. Neben der Verbesserung der Verkehrssicherheit lernen die SanLucaner, Kraftstoff zu sparen und so die Emission von Treibhausgasen zu vermindern. Im September 2012 werden wir eine onlinebasierte Mitfahrbörse einführen. Sie dient sowohl dem Umweltschutz als auch der Kommunikation unter den Mitarbeitern und der Förderung der Kollegialität.

3.5 Interne Kommunikation und Befragungen zum Arbeitsklima

Für SanLucar ist es wichtig, die Organisationsprozesse zu optimieren und den aktiven Austausch zwischen allen hierarchischen Ebenen und Abteilungen zu fördern. Auf diese Weise werden die Motivation, die Beteiligung, die Stärkung einer Unternehmenskultur und der Informationsfluss verbessert.

Seit 2010 gibt es einen internen Kommunikationsplan, dessen Ziele und Fortschritte jährlich überprüft werden. Das Intranet ist die meistgenutzte Kommunikationsplattform, die seit dem Frühling 2010 zusätzlich durch die Nachrichtenseite »LucaNova« bereichert wird. Das Medium dient der monatlichen Information über Projekte, Änderungen und Erfolge. Artikel zu aktuellen Themen werden von den eigenen Kollegen selbst geschrieben. Zusätzlich kann man jeden Artikel kommentieren. 200 Beiträge zu verschiedenen Themenbereichen wurden seit der Einführung bereits veröffentlicht. Jeden Monat trifft sich das Redaktionsteam, um den Anklang der einzelnen Themen zu bewerten, und erarbeitet daraufhin konkrete Verbesserungsvorschläge.

Ein weiteres nützliches Kommunikationsmittel ist das interne Wörterbuch

Lucapedia. Es ist ebenfalls auf die Teilnahme der gesamten Belegschaft angewiesen. In Lucapedia findet man Erklärungen zu Ausdrücken und Produkten, die Teil der SanLucar Welt sind. Lucapedia ist besonders für neue Mitarbeiter wertvoll.

Auch unser Kummerkasten fördert den Meinungs austausch und es können Verbesserungsvorschläge oder Beschwerden abgegeben werden. Die Mitteilungen werden nur vom SA8000-Mitarbeitervertreter gelesen.

Die Umfrage zum Arbeitsklima ist ein wichtiges Instrument, die allgemeine interne Situation zu betrachten. Mit der Umfrage wird jährlich die generelle Mitarbeiterzufriedenheit gemessen und es werden Verbesserungsmöglichkeiten ermittelt. SanLucar setzt auf zufriedene, motivierte und loyale Mitarbeiter. Ihre Meinung und ihr Beitrag interessieren uns, damit wir erreichen, dass wir alle das Beste geben können.

Auf Basis der erhaltenen Antworten erstellt die Personalabteilung einen Bericht über das Arbeitsklima und macht Verbesserungsvorschläge für die Bereiche, in denen es notwendig ist. Die Struktur der Umfrage hat sich seit 2006 nur wenig geändert. Das bietet einen guten

Überblick der wichtigsten Aspekte – über einen längeren Zeitraum hinweg.

In den vergangenen Jahren war die generelle Zufriedenheit mit dem Unternehmen und mit den Arbeitskollegen immer der Aspekt mit der höchsten Zustimmung. Sehr positiv hervorgehoben wurden dabei das niedrige Durchschnittsalter, das multikulturelle Ambiente und die Vielfalt in der Belegschaft. Ausbildung und Entwicklung, zwei Schlüsselaspekte für die Personalpolitik bei SanLucar, erhielten ebenfalls hohe Punktzahlen. Die Zufriedenheit mit dem Vorgesetzten und der Personalpolitik erreichte auch ein gutes Niveau, wobei die Vergütung in den letzten Jahren immer besser abschneidet. Weiter hervorzuheben sind die Flexibilität in der Personalpolitik und die Offenheit der Geschäftsleitung gegenüber neuen Ideen. Die SanLucaner haben grundsätzlich ein sehr positives Bild von ihrem Unternehmen.



3.6 Unser Managementsystem SA8000

Die internationale Norm SA8000 zertifiziert Managementsysteme, die bestimmte Erfordernisse zur sozialen Verantwortung erfüllen. Sie besteht aus neun Komponenten, die auf den Prinzipien der internationalen Konventionen für Menschenrechte der ILO (Internationale Organisation für Arbeit) basieren und unter anderem die Einhaltung der Menschenrechte sowie die Verbesserung der Arbeitsbedingungen umfassen. SanLucar ist seit 2010 SA8000-zertifiziert.

| |
|---|
| Kinderarbeit |
| Zwangsarbeit |
| Sicherheit und Gesundheit |
| Versammlungsfreiheit und Recht auf Tarifverhandlungen |
| Diskriminierung |
| Strafmaßnahmen |
| Arbeitszeit |
| Vergütung |
| Managementsysteme |

Diese Komponenten finden sich in der Unternehmenspolitik (2011 überarbeitet) und im Ethikkodex von SanLucar wieder. Ein Team aus verschiedenen Abteilungen (Personal, Unternehmensverantwortung, Qualität) arbeitet laufend an der Verbesserung der bei SanLucar eingesetzten Managementsysteme, um unsere Ziele in Bezug auf soziale Verantwortung einzuhalten. Die Zertifizierung wird alle sechs Monate überprüft, das letzte Audit fand im März 2012 statt und wurde mit Erfolg bestanden.



Sebastián Morcelo von Fresaflo, Meisteranbauer der SanLucar Erdbeeren unter der Sonne Andalusiens

4 Nur die besten Anbauer



- Die Brüder Llusar sprechen über ihre große Leidenschaft
- Das Geheimnis der Giulianos
- Vertrauen schaffen
- Der Preis der Verantwortung
- Der Dialog mit unseren Anbaupartnern
- Die deutschen Anbauer ergänzen perfekt unser ganzjähriges Produktangebot

Bei SanLucar setzen wir auf nachhaltige Landwirtschaft. Wir arbeiten Hand in Hand mit unseren Partnern im Anbau und mit den Gemeinden, in denen wir uns engagieren. Unser Handeln soll weder direkte noch indirekte negative Auswirkungen auf die Gemeinschaft und die Ökosysteme haben. Dieses Prinzip heißt bei SanLucar »Geschmack im Einklang mit Mensch und Natur«.

Unser wichtigster Partner bei der Erzeugung von bestem Obst und Gemüse ist die Natur selbst! Deshalb basiert unsere Philosophie auf ihrer Pflege und ihrem Schutz. Nur wenn eine Frucht von der Aussaat bis zur Ankunft beim Verbraucher geschützt wird, erhalten wir den besten Geschmack. Dieses Ziel stellt hohe Anforderungen an alle, die mit und für SanLucar arbeiten – überall auf der Welt. Unsere ausgewählten Anbaupartner führen ihre Betriebe mit viel Leidenschaft und demselben Ziel wie wir. Um die besten Partner zu gewinnen und langfristig zu halten, ist Fair Play unser oberstes Gebot. So zahlen wir beispielsweise im Falle eines Ernteverlustes einen Schadensausgleich an unsere Anbaupartner.

Die Brüder Llusar sprechen über ihre große Leidenschaft

Die Brüder Antonio, Jorge und Javier Llusar stehen für das jüngste Kapitel einer Geschichte, die vor fast einem Jahrhundert in Frankreich begann. Sie haben es geschafft, dem Namen Llusar weltweite Anerkennung zu verleihen. Mehr Information unter: <http://www.llusar.com/>

» Wir haben immer gewusst, dass Qualität kein Zufallsprodukt ist. Weder beim Anbau noch im Packhaus verlieren wir unser Ziel aus den Augen: Zitrusfrüchte von exzellenter Qualität, sowohl von innen als von außen. Aus diesem Grund haben wir die Tradition und die Kenntnisse unserer Großväter an die neuesten technischen Fortschritte angepasst. Damit verbessern wir nicht nur die Wirtschaft-

lichkeit, sondern auch die Ökoeffizienz. Bei uns arbeiten hochklassige Experten, die uns täglich dabei helfen, besser zu werden. Damit sie auch weiterhin das Beste leisten können, ist es wichtig, dass wir uns um sie kümmern. Obwohl ich bis vor kurzem nicht genau wusste, was der Begriff »Unternehmensverantwortung« bedeutet, haben wir dieses Prinzip im Grunde schon immer praktiziert.

In jeder Kampagne setzen wir uns gemeinsam mit SanLucar für bestmögliche Ergebnisse ein. Dabei sind sowohl Qualität als auch Schonung der Ressourcen eingeschlossen. Aber es ist uns auch wichtig, was in unserem Umfeld passiert. Darum begannen wir 2011 mit der Zusammenarbeit im Freiwilligenprogramm.«

Jorge Llusar, Geschäftsführer von Llusar



Javier und Jorge Llusar, Geschäftsführer von Llusar

» Als Kinder von Landwirten wurde uns von Beginn an der Wert des Bodens vermittelt. Man erklärte uns, was die Pflanzen benötigen und wie man sich um die Ernte kümmert, damit man die am schönsten ausgefärbten, süßesten und gesündesten Früchte bekommt. Die Feldarbeit ist schwer. Doch immer wenn die Erntezeit beginnt und wir unsere Clementinen und Orangen endlich pflücken, werden wir für unseren Einsatz, unsere Hingabe und die schlaflosen Nächte reich belohnt. In unseren Früchten spiegelt sich das Wesen der Menschen, die sie bei ihrem Wachstum begleiten, wider. So wie Qualität ein unverzichtbares Merkmal ist, so ist es auch die Nachhaltigkeit beim Anbau. Daher haben wir neue Methoden eingeführt, wie z. B. Feuchtigkeitssensoren oder den Einsatz von Matten zur Vermeidung des Wildkräuterwuchses unter den Bäumen. So können wir Wasser- und Energieverbrauch auf das Notwendigste beschränken.«

Javier Llusar, Geschäftsführer von Llusar

Das Geheimnis der Giulianos

Die Familie Giuliano verfügt über 50 Jahre Erfahrung im Anbau von Trauben höchster Qualität, ohne dass dabei der Respekt vor Mensch und Natur vernachlässigt wird. Wir haben mit Vito Giuliano, dem Geschäftsführer von Giuliano, gesprochen. Er ist Landwirtschaftsexperte und liebt gutes Obst. Er erzählt uns, was soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit für ihn bedeuten und welche Beziehung Giuliano zu SanLucar hat. Außerdem haben wir mit Mitgliedern seines Expertenteams gesprochen. Mehr Information unter: <http://www.giulianopugliafruit.it>

Giuliano und SanLucar arbeiten schon seit 20 Jahren zusammen. Was ist die Grundlage dieser langen und vertrauensvollen Beziehung?

Vito: Neben einer echten Freundschaft mit Stephan Rötzer, die von Respekt und Verständnis geprägt ist, bildet eine gemeinsame innovative Vision für die Welt der Früchte die Basis unserer geschäftlichen Beziehung. Die Unternehmensphilosophie und die einzelnen Projekte bei SanLucar stützen sich auf feste Fundamente. Werte haben eine große Bedeutung. SanLucar kennt den Obst- und Gemüsektor bis ins Detail und hat es verstanden, die Veränderungen im Fruchthandel vorzusehen. Wir teilen die gleiche Anbau- und Vermarktungsphilosophie und haben den Blick immer in die Zukunft gerichtet.

Welches Geheimnis steckt hinter den Trauben von Giuliano?

Vito: Das Geheimnis ist lediglich die tägliche Arbeit. Die absolute Leidenschaft und das Opfer, manchmal auch das Privatleben vernachlässigen zu müssen, um allerbeste Qualität zu bekommen. Wir bei Giuliano wissen, dass wir nur das Beste von der Pflanze erwarten können, wenn wir ihr mit höchstem Respekt begegnen. Es ist ähnlich wie beim Menschen. Er wird geboren, wächst auf, atmet, pflanzt sich fort und stirbt. Man muss mit der Pflanze sprechen und sie verstehen, weil sie uns immer etwas mitteilt. Wenn wir auf ihre Veränderungen Acht geben, können wir hören, was sie uns in jedem Moment sagen möchte. Die wesentliche Arbeit eines Experten ist es, die Sprache der Pflanzen zu sprechen und sie zu hören. Die Geburt einer Frucht ist ein Wunder. Die Pflanze wächst, blüht und bietet uns die Frucht an, ihr Kind. Eine Traubendolde muss man wie sein eigenes Kind behandeln. Man muss sie lieben und sich um sie kümmern, bis man sie an den Kunden abgibt, wo dann unsere Arbeit endet. Nur so erhalten wir eine gute Frucht und einen Geschmack, an dem man die Liebe erkennt.



»(...) AUS DIESEM GRUND HABEN WIR TROTZ DER KRISE IN DIESEM JAHR DIE LÖHNE ERHÖHT.«

Geschmack im Einklang mit Mensch und Natur ist das Grundprinzip von SanLucar. Wie setzt Giuliano diese Philosophie um?

Vito: Für Giuliano ist Umweltschutz ein richtiges Lebenswerk. Wir arbeiten mit der Natur, daher ist es unsere Pflicht, den Boden und auch den Menschen, der ihn bearbeitet, zu schützen. Der Respekt gegenüber den Menschen, die in der Landwirtschaft arbeiten, ist unabdingbar. Er ist wie du und ich. Für Giuliano sind sie Partner, keine Handwerker

oder Arbeiter. Einige von ihnen sind schon seit 20 oder 30 Jahren und sogar schon über mehrere Generationen bei uns. Wir haben gesehen, wie sie eine Familie gegründet haben, wir haben zusammen gelacht und wir haben sie an schwierigen Tagen begleitet. Es ist unsere Verantwortung, ihre Bedürfnisse zu erkennen und sie so gut wie möglich zu unterstützen. Aus diesem Grund haben wir trotz der Krise in diesem Jahr die Löhne erhöht. Wir wissen alle, dass es eine schwierige Zeit ist. Es ist wichtig, dass es ihnen gut geht und dass sie mit Freude arbeiten. Es ist ein Geben und Nehmen.

Bei Giuliano wurde sehr viel in die Forschung und Entwicklung schonender Anbaumethoden investiert. Glauben Sie, dass die Zukunft in der Anwendung von biologischen Methoden als Alternative zu Pestiziden liegt? Und welche Alternativmethoden werden auf Ihren Feldern eingesetzt?

Vito: Die Zukunft liegt in der höchstmöglichen Reduzierung von Pestiziden. Jedes Jahr arbeitet Giuliano daran und wir bemühen uns auch, unsere Anbaupartner bei der Anwendung von natürlichen Mitteln zu unterstützen. Nützlinge helfen uns, den Verlust durch Schädlinge zu reduzieren. Der Umgang mit Schädlingsbefall und Pflanzenkrankheiten erfordert eine gründliche Kenntnis und Nutzung des natürlichen Ökosystems. Dadurch lässt sich der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln optimieren und deren wahllose Verwendung vermeiden. Unsere Produktionsstätte in Taranto ist ein gutes Beispiel. Sie liegt inmitten eines natürlichen, gut funktionierenden Ökosystems. Dort haben wir nur ein geringes Problem mit Schädlingsbefall. Die natürliche Fauna sorgt für ein Gleichgewicht. Das gilt sowohl für Trauben als auch für Steinobst.

Pier Paolo Armagno (Qualitätsmanager bei Giuliano): Giuliano ist an aktuellen Entwicklungen stark beteiligt, vor allem an der Richtlinie 2009/128/EG für die nachhaltige Entwicklung des PAN (nationaler Aktionsplan zur Einführung von Richtlinien) des italienischen Landwirtschaftsministeriums. Wir gehören jetzt bereits zu den nachhaltigen Anbauern. Und dies in vielerlei Hinsicht: ökologisch, sozial, ethisch etc. Wir schützen die nützliche einheimische Flora und Fauna durch die Integration von biologischen und traditionellen Anbaumethoden (IPM-Integrate Pest Management) sowie das »Greening« der Europäischen Union auf 7 Prozent der landwirtschaftlichen Fläche. Die Verbindung von biologischen, physikalischen und chemischen Maßnahmen zum Pflanzenschutz ist unserer Meinung nach der richtige Weg. In den letzten Jahren haben wir an verschiedenen Forschungsprojekten teilgenommen. Dabei haben wir *Bacillus thuringiensis*, *Bacillus subtilis*, *Bauveria*

bassiana, Schwefel, Kupfer und Nützlinge eingesetzt. Wir nehmen auch Rücksicht auf die klimatischen Verhältnisse, um genau zu bestimmen, wann der optimale Zeitpunkt für Eingriffe ist oder ob sie sich ganz vermeiden lassen. Es bleibt aber viel zu tun – und wir arbeiten weiter an der Optimierung.

»DIE VERBINDUNG VON BIOLOGISCHEN, PHYSIKALISCHEN UND CHEMISCHEN MASSNAHMEN ZUM PFLANZENSCHUTZ IST UNSERER MEINUNG NACH DER RICHTIGE WEG.«

Wodurch zeigt Giuliano sein Engagement in der Umwelt? Was sind die Umweltziele bei Giuliano?

Vito: Wir wissen, dass es notwendig ist, sich um die Umwelt zu kümmern, damit wir unseren Kindern einen gesunden Lebensraum hinterlassen. Auch wissen wir, dass diese Sorgfalt die Grundlage für ein gutes Produkt ist. Es handelt sich also um eine Investition in die Zukunft. Wir dürfen nicht vergessen, dass Giuliano ein Pionier in seinem Sektor ist. Seit 2003 haben wir ein Umweltmanagementsystem, das auf der Europäischen Verordnung EMAS und ISO 14001 basiert. Jedes Jahr stecken wir viel Geld und viel Mühe in den Umweltschutz, z. B. in alternative Energien. Um in Fakten zu reden: Mehr als 30 Prozent der Energie, die unser Lager benötigt, stammt aus erneuerbaren Quellen (Photovoltaik), und bald werden es schon 50 Prozent sein. Wir verwenden nur Plastikfolien ohne Polyethylen-Zusätze, weil die Substanz sowohl für Pflanzen als auch für die Umwelt schädlich ist. Stattdessen kommt bei uns voll recycelbares Material zum Einsatz. Es wird wieder aufbereitet – und so schließen wir den Kreislauf. Wir vermeiden Müll. Was doch anfällt, verwerten wir weiter. Müll wird getrennt, um das Recycling zu ermöglichen. Außerdem denken wir an eine

Wiederverwendung der Biomasse beim Pflanzenschnitt. So wird die Auswirkung auf das Wasser verringert und wir tragen dazu bei, dass es sauber bleibt. Giuliano nimmt auch an einem Pilotprojekt der Universität Degli Studi Di Bari teil. Durch die ständige Überwachung verschiedener Parameter, wie relative Feuchtigkeit, Temperatur, Niederschlag und Bodenfeuchtigkeit, sollen die Bewässerung und der Düngereinsatz an unseren Traubenstöcken optimiert werden. Mit unseren Partnern fördern wir die Sensibilisierung gegenüber Umweltthemen und bilden in diesem Bereich auch aus. Das ist ein wichtiger Teil unseres Umweltengagements. Unsere Partner müssen genauso wie wir davon überzeugt sein, dass der Respekt gegenüber der Natur wichtig ist. Nur wenn unsere Umwelt gesund ist, können wir gesunde Früchte höchster Qualität produzieren. Das ist unser Hauptziel.

»WIR WERDEN UNS WEITERHIN UM UNSERE MITARBEITER KÜMMERN.«

Sie kennen den Ethikkodex von SanLucar und im Juni 2012 zertifizieren Sie sich auch auf Grundlage der Norm SA8000. Wie werden die Ethik- und Sozialprinzipien bei Giuliano verwirklicht? Wie überprüfen Sie ihre Einhaltung?

Antonio Balacco (Verantwortlicher für die SA8000-Zertifizierung bei Giuliano): Wie Vito schon gesagt hat, ist es bei Giuliano wichtig, dass die Mitarbeiter Freude an ihrer Arbeit haben. Das ist ein persönliches Anliegen der Gebrüder Giuliano. Vito selbst steht im Sommer sehr früh auf und fährt 80 km zur Produktionsstätte in Taranto. Dort kümmert er sich persönlich um die Trauben. Er ist für seine Mitarbeiter da und spricht persönlich mit ihnen. Das ist die beste Art, ihre Bedürfnisse zu verstehen. Wir wissen, dass die Zeiten sehr schwierig sind. Daher führen wir eine Analyse zur Nachhaltigkeit der Löhne durch. Experten sollen feststellen, ob der Verdienst unserer Partner für ihre familiären Verpflichtungen ausreicht. Das erlaubt es uns, Einkommensziele für die SA8000-Zertifizierung festzulegen und einen angemessenen Lebensstandard zu gewährleisten, damit unsere Mitarbeiter auch weiterhin ihr Bestes geben. Ein weiterer wichtiger Aspekt bei Giuliano ist die Arbeits-

»WIR INVESTIEREN IN DIE AUSBILDUNG ALLER UNSERER MITARBEITER, KOLLEGEN UND ANBAUPARTNER.«

sicherheit. Wir investieren in die Ausbildung aller unserer Mitarbeiter, Kollegen und Anbaupartner. Immer wieder sagen wir ihnen, dass es besser ist, die Dinge mit Ruhe, Sorgfalt und Sicherheit anzugehen. Am Anfang mussten wir sie dazu verpflichten, ihre Sicherheitsausrüstung überhaupt anzuziehen. Heute sind sie es, die uns darum bitten, weil sie ihre Wichtigkeit und Notwendigkeit eingesehen haben. So ein Erfolg ist jedoch nur durch monatelange und manchmal auch jahrelange Sensibilisierungsarbeit möglich. Wir haben die Unternehmenskultur geändert, ein langer, aber notwendiger Prozess, um die SA8000-Zertifizierung zu erhalten. Ausbildung und kontinuierliche Sensibilisierung sind wichtige Instrumente bei Giuliano. Regelmäßige Treffen unserer Experten mit unseren Anbaupartnern sorgen für den notwendigen Erfahrungsaustausch und ein besseres Verständnis der Neuerungen im Sektor. Um unsere Arbeitsweise zu überprüfen, erfassen wir die Anzahl von Vorfällen und messen die Mitarbeiterzufriedenheit mit Hilfe eines Kummerkastens. So sehen wir, ob wir gut oder schlecht arbeiten. Offen gestanden ist der wichtigste Erfolgsindikator aber, ob die Menschen auch in der nächsten Saison weiter mit uns zusammenarbeiten möchten.

Ein Blick in die Zukunft: Welche sind die wichtigsten Projekte, die Giuliano für die Zeit 2012/2013 geplant hat?

Vito: Wir wollen unsere Nachhaltigkeitsprogramme im Anbau, bei der Arbeitsplatzqualität und den Menschen, die uns auf ihren Feldern helfen, erfüllen. Im Umweltbereich sind wir besonders gespannt, wie unsere neuen Projekte funktionieren. Zum Beispiel die Bewässerungsoptimierung und Düngemittelreduzierung. Im Sozialbereich werden wir mit der Einführung von SA8000 beginnen. Wir werden uns weiterhin um unsere Mitarbeiter kümmern, damit sie mit einem Lächeln arbeiten können. Denn wir sind überzeugt, dass sich das auch auf unsere Trauben überträgt. Ein kleines

Detail kann da manchmal sehr wichtig sein. In unserer Gemeinde unterstützen wir die Sicherheit mit dem Projekt »Protezione Civile A Cavallo«. Denn: *se non dai, non hai.* (Wer nichts gibt, bekommt nichts.)



4.1 Vertrauen schaffen

SanLucar vertraut seinen Anbaupartnern. Aber wir glauben nicht nur, dass sie die Besten sind, wir sind uns dessen sicher. Diese Gewissheit stützt sich auf das Ergebnis unseres Kontrollsystems an verschiedenen Punkten unserer Wertschöpfungskette, das uns täglich eine Rückmeldung über die Qualität gibt.

- Zertifizierung auf Basis international anerkannter Standards wie ISO 9001, IFS, QS, SA8000. Schon 2008 hat SanLucar ein integriertes Managementsystem eingeführt, das höchste Prozess- und Produktqualität garantiert, so wie es die strengen Normen und technischen Richtlinien erfordern. Das System wird alle sechs Monate extern überprüft und bewertet.
- Zertifizierung durch Global G.A.P. in unseren Anbaugebieten.
- Alle Anbaupartner von SanLucar unterziehen sich einem Audit in Bezug auf:
 - Vertrauensgrad bezüglich der Einhaltung der Standards für Lebensmittelsicherheit.
 - Qualitätsmanagement.
 - Erfüllung sozialer und ethischer Aspekte sowie der Umweltpolitik von SanLucar.

Anhand dieser Informationen wird das Qualitätsteam ein dreidimensionales Profil des Anbaupartners erarbeiten (Qualitätsstandard, ethisches Verhalten und Nachhaltigkeit gegenüber der Umwelt). Mit diesem Profil können wir bestimmen, inwieweit er sich gegenüber SanLucar verpflichtet fühlt und ob es ihm möglich ist, unsere hohen Qualitätsstandards zu erfüllen.

- NGOs und unabhängige Institutionen überprüfen unsere Früchte regelmäßig an den Verkaufsstellen.
- Unabhängige, nicht staatliche Organisationen wie Greenpeace führen z. B. Untersuchungen über Rückstandsmengen durch. Wir von SanLucar sind stolz darauf, dass unsere Produkte dabei regelmäßig die höchste Qualitätsstufe und sogar mehrfach den ersten Platz erreicht haben.
- Unabhängige Organisationen, wie das Konsumentenmagazin Öko-Test, haben bereits einige der SanLucar Produkte auf Rückstände von Pflanzenschutzmitteln überprüft, wie unsere Erdbeeren im Jahr 2010 oder unsere tunesischen Tomaten im Jahr 2012. In beiden Fällen wurden unsere Produkte mit der besten Punktzahl in ihrer Kategorie bewertet und haben somit die Auszeichnung »Sehr gut« erhalten. Das bestätigt, dass wir unsere Arbeit gut machen. Um dies zu erreichen, wählen wir Sorten aus, die dem Klima des Anbaugebietes angepasst sind. Diese Bedingungen unterstützen uns dabei, den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln zu verringern oder gar zu vermeiden. So ist es möglich, ein Produkt mit gutem Geschmack und höchster Qualität anzubauen.
- Am strengsten sind zweifellos unsere Konsumenten. Ihr Vertrauen erarbeiten wir uns täglich aufs Neue durch höchste Qualität.

Unsere hohen Qualitätsanforderungen werden von unseren Fachleuten kontinuierlich überprüft. Sie führen jeden Tag Kontrollen an verschiedenen Punkten unserer Wertschöpfungskette durch, an denen die Qualität beeinflusst werden kann. Nur so können unsere hohen Standards jederzeit sichergestellt und unseren Kunden nur das Beste angeboten werden. Die Prozessabläufe bei unseren Anbaupartnern, Verpackern und Spediteuren werden jährlich überprüft. Stellen wir Schwachpunkte fest, werden Präventiv- oder Korrekturmaßnahmen durchgeführt. So ist eine kontinuierliche Prozessverbesserung nach Vorgabe der SanLucar Standards gewährleistet. Unser Ziel ist höchste Qualität in allen Bereichen. Dazu ist die kontinuierliche Verbesserung der Produktion grundlegend, für die SanLucar jährlich neue Optimierungspläne aufstellt.

4.2 Der Preis der Verantwortung



In unseren wichtigsten Märkten werden wir mit einer sehr aggressiven Preispolitik konfrontiert. Sie führt dazu, dass der Handel Zugeständnisse erwartet, die für uns nur schwer zu erfüllen sind. In den letzten Jahren hat sich zudem der Qualitätsanspruch an frisches Obst und Gemüse erhöht, was einen direkten Einfluss auf die Kostenstruktur während der Produktion hat.

Nachhaltige Beziehungen mit Anbaupartnern sind aus unserer Sicht nur möglich, wenn wir ihnen eine solide ökonomische Grundlage anbieten. Sie muss ihnen ermöglichen, ihre Früchte gemäß unserer Philosophie im Einklang mit Mensch und Natur anzubauen. Wir halten es weder im Sinne eines nachhaltigen Qualitätsmanagements noch aus ethischer Sicht für vertretbar, Anbauer an ihr wirtschaftliches Limit zu bringen.

Ebenso schließt eine faire Preispolitik für SanLucar eine adäquate Bewertung des Produktes sowie die Erfüllung vertraglich vereinbarter Leistungen ein. Darüber hinaus soll sie eine tragfähige Beziehung schaffen, die auf einer gemeinsamen Zielsetzung und gegenseitigen Verpflichtungen beruht. Nur so gelingt die Zusammenarbeit auf Augenhöhe und bewirkt, dass das Engagement beider Parteien am Ende belohnt wird.

Kurzlebige Beziehungen und kurzfristige Geschäfte ohne langfristigen Nutzen oder Praktiken, die zu Qualitätseinbußen führen, kommen für SanLucar nicht in Frage. Für uns bedeutet das Folgendes:

- aktives Zuhören, um die Bedürfnisse unserer Partner zu erkennen.
- eine transparente und faire Preispolitik sowie transparente und faire Geschäftsbedingungen.
- einen fairen Umgang garantieren.
- offener Dialog über die Bezahlung von Produkten und/oder der Serviceleistungen.
- Überprüfung der Produktionskosten zur Festlegung des Mindestpreises.
- die Möglichkeit, für jede Kampagne passende Vereinbarungen auszuhandeln. Wenn nötig werden diese an die aktuelle Situation angepasst.
- Feedback für die Anbaupartner und rechtzeitiger Informationsaustausch vor der Festlegung der Preise.
- Bezahlungssystem, das auf jeden einzelnen Partner zugeschnitten ist.
- Einhaltung der Preise, teilweise über dem Marktwert, um die Arbeit des Anbauers angemessen zu würdigen.

Wirtschaftliche Zugeständnisse, die die Qualität unserer Produkte beeinträchtigen oder Mensch und Natur schaden, dürfen nicht gemacht werden. Das gilt für uns in allen Bereichen der Wertschöpfungskette – von der Auswahl der Samen über den Anbau bis hin zur Anstellung von qualifiziertem Personal.

Wir kümmern uns natürlich auch darum, dem Verbraucher mitzuteilen, was unsere Früchte so lecker und gesund macht. So weiß er, wie viel Arbeit und Mühe drinsteckt, schätzt ihren Wert und ist dazu bereit, auch etwas mehr dafür zu bezahlen.

4.3 Der Dialog mit unseren Anbaupartnern

Bei SanLucar arbeitet ein 21-köpfiges Expertenteam, das in zehn Ländern ständig und in mehr als 30 Ländern während der jeweiligen Kampagnen präsent ist. Unterstützt werden unsere Qualitätstechniker von Fachleuten und Dienstleistern vor Ort. So können wir eine weltweit gleichbleibende SanLucar Qualität gewährleisten.

Gemeinsam mit unseren Anbauern kümmern wir uns um:

- Qualitätskontrollen in den Anbaugebieten.
- technische Beratung sowie Forschungs- und Entwicklungsprojekte (z. B. neue Anbaumethoden, Reduzierung von Pflanzenschutzmitteln, Umweltschutzmaßnahmen, Sortenentwicklung).
- Qualitätskontrollen am Zielort, das Feedback von unseren Kunden wird an die Anbauer weitergegeben.

SanLucar stellt ein Webportal zur Verfügung, in dem sich unsere Kunden und Anbauer über Bestellungen, Lieferscheine, Rechnungen, Spezifizierungen, Qualitätszertifizierungen, CR-Maßnahmen und den Stand der SA8000-Zertifizierung informieren können.

Um sich einzuloggen, müssen unsere Kunden und Partner lediglich über einen Internetzugang verfügen. Die URL lautet: <http://extranet.sanlucar.com>. Die Bündelung dieser Informationen macht die Verwaltungsprozesse bei SanLucar schneller und effizienter.



Gespräch mit José »Pepe« Saorín, Qualitätsexperte bei SanLucar

José Saorín arbeitet seit 30 Jahren als Qualitäts- und Produktionstechniker, seit zwei Jahren ist er bei SanLucar dabei.

José, du hast über 30 Jahre Erfahrung als Qualitäts- und Produktionsexperte. Wie sieht deine tägliche Arbeit aus? Was gefällt dir dabei besonders?

Meine tägliche Arbeit besteht in der Überwachung der Produktqualität in den uns zugewiesenen Anbaugebieten. Ich kontrolliere z. B. die Auswahl der Früchte für SanLucar bei der Konfektionierung. Dies geschieht natürlich erst nach der Arbeit auf dem Feld. Ich wähle die Parzellen aus, die unseren Qualitätsrichtlinien entsprechen. Wir bieten unsere Kenntnisse und unsere Unterstützung bei der Einführung neuer Anbaumethoden an. So schonen wir die Ressourcen und erhalten qualitativ hochwertige Produkte. Was mir dabei am meisten gefällt, ist der ununterbrochene Kontakt zu den Menschen: den Anbauern, den Verantwortlichen in den Packhäusern und den Verpackern. Als Qualitätsexperte bin ich Bindeglied zwischen Anbauern, Vertrieb und Kunden. Wir sind die Augen aller Abteilungen bei SanLucar, die in der Produktion und im Vertrieb mitwirken. Eine große, aber auch sehr schöne Verantwortung. Zu sehen, dass ein Anbauer zufrieden mit uns ist und die vereinbarten Ziele erreicht werden, sowie neue Anbauprojekte zu planen, macht sehr viel Freude. Für mich ist jede Kampagne ein weiterer Schritt in Richtung Exzellenz, und das erfüllt mich mit Zufriedenheit.

Was sind die größten Schwierigkeiten, die ein Qualitätsexperte bei seiner Arbeit hat?

Es gibt keine Schwierigkeiten, weil wir unsere Anbauer sehr gründlich auswählen, und dies macht es leichter. Sie alle verstehen und schätzen unsere Philosophie.

Dein Einsatzgebiet liegt im Südosten Spaniens. Was charakterisiert diese Zone?

Die Region ist sehr vielseitig. Hier kann praktisch jede Art von Gemüse angebaut werden. Die landwirtschaftlichen Flächen sind sehr groß und das Wetter mit 240 Sonnentagen begünstigt den Anbau.

Immer wieder gibt es beunruhigende Berichte über die Arbeitsbedingungen in der spanischen Landwirtschaft.



Wie sorgt SanLucar dafür, dass seine Anbauer sich um ihre Arbeiter kümmern und ihre Rechte nicht verletzt werden?

Die Kriterien für die Auswahl eines Anbaupartners von SanLucar sind sehr streng. Sie beinhalten ethische Aspekte ebenso wie Regelungen zu den Arbeitsbedingungen und wir arbeiten nur mit den Anbauern zusammen, die alle gesetzlichen Auflagen erfüllen. Wir überprüfen auch, ob die bestehenden Gesetze bezüglich Menschenrechte und Arbeitsbedingungen (SA8000 und Ethikkodex) eingehalten werden und ob darüber hinaus der Standard von SanLucar erreicht wird.

Wie hat sich der Umweltschutz in den letzten Jahren entwickelt? Kann man tatsächlich Verbesserungen, z. B. bei der Reduzierung des Wasserverbrauchs, sehen? Das ist schließlich eines der Themen, die sowohl den Verbraucher als auch die Menschen in der Region beschäftigen.

Natürlich gab es Verbesserungen, die einerseits vom Gesetzgeber gefordert und andererseits durch eine erhöhte Sensibilisierung der Anbauer ausgelöst wurden. In meinem Verantwortungsbereich wird auf 100 Prozent der Fläche, auf der für die Marke SanLucar angebaut wird,

Tröpfchenbewässerung angewandt. Damit wird der Wasserverbrauch optimiert. Durch Feuchtigkeitsmesser im Boden wird der Wasserbedarf ebenfalls reduziert. Im Südosten Spaniens sind die Böden sehr empfindlich gegenüber Nitrat-einbringung. Daher sind die Anbauer sehr darauf bedacht, die strengen Gesetzesvorgaben zur Nitratreduzierung zu erfüllen. Die Wasserversorgung erfolgt möglichst nachhaltig und den Gesetzen entsprechend. 60 Prozent stammen aus der Umleitung des Flusses Tajo-Segura, 20 Prozent werden aus genehmigten Brunnen entnommen, und die restlichen 20 Prozent stammen aus Entsalzungsanlagen.

»ES WAR EIN EHER UNTYPISCHES JAHR MIT STARKEN TEMPERATURSCHWANKUNGEN (...)«



Kannst du für uns kurz zusammenfassen, wie die vergangene Kampagne 2011/2012 verlaufen ist?

Es war ein eher untypisches Jahr mit starken Temperaturschwankungen und Frostwetter. Das hat besonders den Gemüseanbau beeinträchtigt. Wir hatten viel Mühe, unsere Qualitätsstandards einzuhalten, sowohl auf den Anbauflächen als auch bei der Konfektionierung in den Packhäusern.

Die Arbeit eines Qualitätsexperten ist also sehr abwechslungsreich. Hast du am Ende des Interviews noch eine Anekdote für uns?

Als ich einmal Ware in einem Kühlraum kontrolliert habe, wurde diese geschlossen und das Licht ging aus, ohne dass man bemerkt hatte, dass ich noch dort drinnen war. Es waren nur 30 Sekunden, aber sie kamen mir wie eine Ewigkeit vor. Das zeigt, wie sehr darauf geachtet wird, Energie zu sparen. Aber es war trotzdem nicht die angenehmste Erfahrung. Danach haben wir natürlich viel gelacht!

4.4 Die deutschen Anbauer ergänzen perfekt unser ganzjähriges Produktangebot

Seit einigen Jahren setzen wir auf deutsche Produkte, um unser ganzjähriges Produktangebot zu ergänzen. Dafür haben wir ein eigenes Unternehmen innerhalb der SanLucar Gruppe gegründet. Das SanLucar Deutschland-Team besteht derzeit aus drei Personen, die sich um Produktionsplanung, Qualitätskontrolle, Einkauf und Verkauf kümmern. Auch bei den deutschen Produkten werden die SanLucar Standards angewendet. So werden alle Anbauer in einer Testphase unserem Anbauer-Check unterzogen, bei dem sie auf Qualitäts-, Sozial- und Umweltkriterien geprüft werden.

Wir bauen unsere Produkte immer dort an, wo uns die klimatischen Bedingungen dabei unterstützen, mit so wenigen Ressourcen wie möglich frisches und gesundes Obst und Gemüse ernten zu können. Durch einen effizienten Anbau und die kurzen Transportwege sparen wir somit CO₂ ein. Derzeit steht der Anbau von Beeren, Kirschen, Tomaten und Äpfeln in den verschiedenen Regionen Deutschlands im Mittelpunkt. So nutzen wir das natürliche Klima während des Wachstums und der Reife der Früchte aus.

Wir suchen gute Anbauer, die dazu bereit sind, gemeinsam mit SanLucar neue Projektideen zu realisieren. Wir setzen auf langfristige Produktionspartnerschaften, bei denen SanLucar sich an den Investitionskosten beteiligt. Gemeinsames

Wachstum, die Entwicklung von Anbauprojekten und die Durchführung von Sortenversuchen stehen bei unseren Partnerschaften im Vordergrund. Mit den Versuchsfeldern der neuen Sorten bringen wir internationales Know-how in die deutsche Landwirtschaft und bauen Anbaukompetenzen aus. Nicht nur faire und stabile Preise, sondern auch die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Anbauer gehören zur Unternehmensphilosophie von SanLucar. Da gemeinsam alles besser geht, fördern wir aktiv den Wissensaustausch unserer Anbauer und organisieren gemeinsame Betriebsbesuche. Durch Kundenbesuche auf den Feldern und in den Packhallen schaffen wir Transparenz in der Produktion und fördern gleichzeitig das Vertrauen untereinander.



Karl-Heinz Enzenmüller, unser Kirschenanbauer am Bodensee



Oswaldo Ramírez, Bananenbauer in Ecuador, mit seinem Sohn Víctor

5 Unsere Verpflichtung gegenüber der Gemeinschaft



- SanLucar mischt mit!
- Unser Freiwilligenprogramm
- Soziale Entwicklung bei SanLucar International

Unser soziales Engagement betrifft nicht nur unsere Kollegen und Anbaupartner, sondern auch die Gesellschaft allgemein: die Gemeinden, in denen unsere Kollegen mit ihren Familien leben, die Orte, in denen unsere wichtigsten Anbaupartner, unsere Kunden und Konsumenten wohnen. Für SanLucar ist das »Vitamin S« sehr wichtig. Das »S« steht für die Solidarität, die wir leben und weitergeben. So haben unsere Kollegen im Schnitt mehr als 3 Prozent ihrer Zeit sozialen Zwecken gewidmet (Freiwilligenarbeit, solidarische Aktionen und Mitarbeit in verschiedenen CR-Projekten). Wir können deshalb von Solidaraktionen in Spanien, Deutschland, Österreich, Tunesien, Chile, Südafrika, Costa Rica und Ecuador berichten.

5.1 SanLucar mischt mit!

SanLucar hat auch in der Kampagne 2011/2012 mit vielen Vereinen, Stiftungen und NGOs zusammengearbeitet, z. B. AFIM (Hilfe, Ausbildung und Integration von Behinderten), Stiftung DASYC, Caritas Spanien, Fundar, Asindown (Stiftung für Kinder mit Down-Syndrom), Centro Reto in Rafelbunyol, Global2000, Caritas Österreich, Rettet das Kind Österreich, Verein Pferde Stärken, World Vision Patenschaften, Sozialmärkte, Österreichische Sporthilfe, Landeskrankenhaus Thermenregion Mödling, Die Tafeln e. V., The Homestead und FUNDAMYF (Stiftung für Frauen und Kinder aus den Anden). Die Hilfe geschah auf sehr unterschiedliche Weise, beispielsweise durch Obst- und Gemüsespenden, monetäre Zuwendungen sowie gemeinsame Aktionen und Projekte.

Wir arbeiten auch Hand in Hand mit öffentlichen Behörden an sozialen Verbesserungen in unseren Gemeinden, z. B.:

- Mit der Regierung von Valencia (Ministerium für Recht und Soziales) kooperieren wir – gemeinsam mit unserem Anbaupartner Llusar – bei einem Eingliederungsprojekt für sozial benachteiligte Frauen in den Arbeitsmarkt.
- Mit der südafrikanischen Regierung arbeiten wir an einem Projekt, um die Wohnverhältnisse in Porteville (die unseren Produktionsstätten nächstliegende Gemeinde) zu verbessern, wo viele unserer Mitarbeiter wohnen. Wir arbeiten auch daran, unseren Mitarbeitern neue Möglichkeiten zu bieten und sie bei ihrer persönlichen Entwicklung zu fördern. Wir setzen auf interne Beförderungsmöglichkeiten und Chancengleichheit.

Frohe Weihnachten für alle!

Auch vor dem vergangenen Weihnachtsfest haben wir bei SanLucar unseren Sinn für Solidarität bewiesen. Mit Hilfe der Stiftung DASYC spendeten unsere Kollegen in Puzol und das Unternehmen SanLucar Spielzeug und Nahrungsmittel für benachteiligte Familien in Valencia. Die solidarische Weihnachtskampagne hat sich sowohl zeitlich als auch räumlich ausgedehnt. Dazu hat jeder seinen Teil beigetragen, unsere Kollegen ebenso wie unsere CR-Botschafter (Marius in Südafrika, Fernando in Costa Rica und Ecuador). Und natürlich unsere Kunden und Partner – sie haben auf gedruckte Weihnachtskarten verzichtet. Das dadurch gesparte Geld kam sozialen Zwecken zugute.



Die Bilanz:

- 150 kg haltbare Nahrungsmittel, 150 kg frisches Obst und Gemüse und mehr als 60 kg Spielzeug gingen an bedürftige Familien in den Stadtvierteln »El Cabanyal« und »La Malvarrosa« (Valencia).
- Kleidung und Sportschuhe für elf Kinder sowie Schokolade für 40 Kinder in Kapstadt (mit Hilfe der Stiftung »The Homestead«).
- Entwurf und Herstellung von Sportbekleidung für 19 Kinder im Bezirk Pococí in Costa Rica (Mannschaft »Santos de Guapiles« – Kategorie 2001).
- Obst und Gemüse im Wert von 650 Euro für »Der Tafelladen Ettlingen« in Deutschland (Januar bis April).
- Obst und Gemüse im Wert von 650 Euro für bedürftige Familien in Valencia zusammen mit Caritas (Januar bis April).

Engagement im Bereich Sport und gesunde Lebensweise

Wer fit und aktiv ist, muss sich gesund ernähren. Da sind wir mit unseren frischen Früchten genau der richtige Ansprechpartner. Deshalb nimmt SanLucar regelmäßig an Sportveranstaltungen teil. Unter anderem hat SanLucar Österreich das dritte SanLucar Charity-Golfturnier organisiert. Dabei wurden 81.300 Euro gespendet. Diese Summe kam, wie bereits in den Vorjahren, verschiedenen Organisationen zugute, darunter dem Therapiezentrum »Pferde Stärken« und drei Regionalgruppen von »Rettet das Kind«. Den Kindern wurden mit unserem Beitrag eine Erlebnisreise in den Europa-Park, ein Gruppenurlaub am Meer und die Anschaffung eines neuen Kleinbusses sowie von zwölf Mountainbikes ermöglicht.

Auch das Benefizfußballturnier in Ebreichsdorf, die Golfturniere der Österreichischen Sporthilfe & GTM-Trophy sowie den VCM-Marathon in Wien haben wir kräftig mit frischen Obstspenden unterstützt. Durch unsere Präsenz bei den Golfturnieren helfen wir schon seit vielen Jahren der Österreichischen Sporthilfe, die Nach-

wuchs- und Spitzensportler auf ihrem harten Weg an die Weltspitze fördert.

Unsere Mitarbeiter legen sich auch mächtig ins Zeug: Manuel (Controlling-Abteilung) und Nicolás (SanLucar International-Commercial Area) vertraten uns bei dem örtlichen Rennen Gran Fons de Puçol, und Carlos (Finanzabteilung) und Abel (Marketingabteilung) ranneten beim VCM in Wien im Namen von SanLucar.

Engagement für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen

Die Fortführung unserer vier World-Vision-Kinderpatenschaften war uns auch in diesem Jahr ein großes Anliegen. Dabei überweisen wir nicht nur die monatlichen Patenzahlungen, sondern organisierten zu Weihnachten und Geburtstagen individuelle Geschenke für die Kinder.

Bei verschiedenen Kindergartentagen und beim Kinderburgfestival Liechtenstein haben wir Kindern und Jugendlichen spielerisch beigebracht, wie sie sich mit Früchten gesund ernähren können. Groß und Klein konnten sich beim Kinderburgfestival gegen eine freiwillige Spende mit unseren Früchten versorgen. Alle hierbei erzielten Erlöse wurden der Abteilung für Kinder- und Jugendheilkunde des Landesklinikums Thermenregion Mödling als Spende übergeben.

Die drei Gewinnerklassen der österreichischen »Anti-Rauchen«-Schulkampagne luden wir zu unserem Apfelmeisteranbauer Gößl in die Steiermark ein. Dort verbrachten die Schüler einen spannenden Tag und lernten aus erster Hand alles über den Apfelanbau.

Ganz neu ist unser Schulobstprojekt in Ettligen, wo sich unser deutsches Frische- und Logistikzentrum befindet.

Gemeinsam mit der Pestalozzi-Grundschule und der Carl-Orff-Förderschule haben wir vereinbart, dass die 1.106 Schülerinnen und Schüler einmal pro Woche mit frischem Obst von uns versorgt werden. Die Hauswirtschaftslehrerinnen der Schulen sorgen dafür, dass das Obst »mit Verstand« gegessen wird, und vermitteln, wie wichtig die Nachhaltigkeit beim Anbau von Obst und Gemüse ist. Das Schulobstprojekt ist Teil unseres Selbstverständnisses, das soziale Engagement an jedem unserer Standorte vorsieht. Künftig sollen noch mehr Schulen in das Projekt eingebunden werden und so die Gemeinde Ettligen weiter unterstützt werden.

Sozialmärkte

Es ist uns wichtig, dass die gesamte Gesellschaft Zugang zu gesunder Ernährung hat. Deshalb spenden wir frisches Obst und Gemüse an die Tafelläden in Deutschland und soziale Einrichtungen in Spanien.

Durch die Spenden sind die sozialen Supermärkte in der Lage, sozial benachteiligten und einkommensschwachen Menschen ein Warensortiment zu einem symbolischen Preis anzubieten.

5.2 Unser Freiwilligenprogramm

Freiwilligenarbeit ist für SanLucar ein wichtiges Instrument, Engagement und Entwicklung zu fördern. Sie hilft, unsere Werte nach innen und außen zu kommunizieren, und ermöglicht uns, an der positiven Entwicklung vor Ort mit konkreten Taten mitzuwirken.

Im Jahr 2011 haben Fundar und die valencianische Regierung unser Engagement in Zusammenarbeit mit ENGAGE gewürdigt, und unser Freiwilligenprogramm erhielt den dritten Preis bei der in Spanien angesehenen CODESPA-Preisverleihung. Seit dem Start unserer Freiwilligenprojekte im Jahr 2010 haben sich immer mehr Kollegen aktiv beteiligt. **Mittlerweile sind es schon über 40!**



Freiwilligenarbeit für das valencianische Umfeld mit ENGAGE Valencia

SanLucar hat sich 2011 dem EU-Programm ENGAGE-Cities angeschlossen. In Valencia wird das Programm durch Fundar (Stiftung für Solidarität und Freiwilligenarbeit in der Region Valencia) umgesetzt. Inzwischen haben unsere Kollegen sowohl in der sozialen Wiedereingliederung von Benachteiligten als auch beim Umweltschutz mehr als 2.000 Stunden Freiwilligenarbeit in der Region geleistet.

Wir folgen dabei nicht einfach einer Mode, sondern engagieren uns wirklich, um konkrete Lösungen für gesellschaftliche Probleme zu finden. Im Jahre 2012 haben wir zusammen mit unserem Anbaupartner Llusar, mit Fundar-ENGAGE und der Generalitat Valenciana ein soziales Freiwilligenprogramm ins Leben gerufen. Dabei haben wir auch unsere Kenntnisse des Lebensmittelsektors und das Engagement der SanLucaner eingebracht, mit dem Ziel, einen positiven sozialen Wert in unserer Gemeinschaft zu schaffen:

- Es wurden Schulungen zur Handhabung, Klassifizierung und Auswahl von Zitrusfrüchten entwickelt und durchgeführt. Dabei wurden 16 Frauen ausgebildet, die aufgrund einer besonders schwierigen familiären Situation in Frauenhäusern leben. Die Kurse wurden von Freiwilligen aus den Qualitätsabteilungen von Llusar und SanLucar erteilt. Besonders engagiert hat sich unser Kollege Ramón Gargallo.
- Freiwillige aus unserer Personalabteilung erklärten den Frauen in einem Kurs, wie man einen Arbeitsplatz sucht und ihn behält, und förderten das Selbstbewusstsein der jungen Frauen durch intensive Gespräche und verschiedene Gruppenaufgaben.
- Ausbildung und Arbeit stärken das Selbstbewusstsein und vermitteln Stabilität. Den beteiligten Frauen wurde ein offizielles Zertifikat überreicht, das ihnen den Eintritt in den Arbeitsmarkt erleichtern soll.

Wir haben auch einen Workshop für soziales Unternehmertum mit kreativen Ideen organisiert. Unsere Kollegen erklärten 15 Frauen aus Frauenhäusern eine Technik, mit der sich dekorativer Schmuck aus Orangenschalen herstellen lässt. Mit Hilfe der ökologischen Handarbeit können die Frauen in Zukunft Geld verdienen. Ziel bei diesem Workshop ist aber auch, dass die Frauen durch kreative Arbeit ihr Selbstbewusstsein stärken, etwas, das manche der Frauen kaum mehr besitzen. Das Projekt wird 2013 in ein Forum für soziales Unternehmertum (SocialNest) eingebracht und bekommt dort die Chance, sich zu einem echten Unternehmen zu entwickeln. Interessierte Workshop-Teilnehmerinnen bekommen dazu Kurse in unternehmerischem Handeln und Sprachkurse.

Genauso wie wir uns für die Menschen einsetzen, so liegt uns auch die Umwelt am Herzen. Daher haben einige SanLucaner am 2. Juni 2012 an einem Umwelttag in Valencia teilgenommen. Dabei konnten wir lernen, wie man Flüsse überwacht und ihre Qualität verbessert. Uns wurde auch erklärt, wie man Schutzräume für einheimische Vögel schafft und so das Ökosystem verbessert und den Raupenbefall in Wäldern vermindert, wie wir es auch auf unseren Anbauflächen machen.



Gespräch mit Fundar-Vizepräsident Juan Ángel Poyatos

SanLucar beteiligt sich schon zum zweiten Mal aktiv am Programm ENGAGE. Während der letzten anderthalb Jahre haben wir dabei ganz unterschiedliche Situationen aus verschiedenen Blickwinkeln kennengelernt. Dazu haben wir Ad-hoc-Freiwilligenprogramme ins Leben gerufen, bei denen wir unsere Kenntnisse und unsere eigenen Netzwerke genutzt haben. Juan Ángel Poyatos ist Vizepräsident von Fundar. Die Stiftung führt das EU-Programm ENGAGE in Valencia durch und fördert Freiwilligenarbeit und Solidarität.

Guten Tag, Herr Poyatos. Was genau sind Fundar und ENGAGE?

Fundar ist eine Stiftung für Solidarität und Freiwilligenarbeit in der Region Valencia. Sie ist eine private Non-Profit-Organisation, an der sich die Banca-Bank sowie das Justiz- und Sozialministerium beteiligen. Fundar wurde 2001 mit dem Ziel gegründet, Programme zur Freiwilligenarbeit, Solidarität, Förderung bedürftiger Menschen und sozialer Arbeit in Valencia zu koordinieren. Ein wichtiger Bereich für uns ist auch das »Corporate Volunteering«, die Freiwilligenarbeit in Unternehmen. Hier kommt ENGAGE ins Spiel, eines der wichtigsten Programme in diesem Bereich. ENGAGE wird von »Business in the Community« vorangetrieben und setzt auf lokale Partner wie uns, die Projekte zur Freiwilligenarbeit in Unternehmen entwickeln. Hier können also auch Firmen ihre Erfahrung zur Lösung von sozialen Problemen



einbringen. ENGAGE ist nicht nur in Valencia, sondern auch in den wichtigsten europäischen Hauptstädten und im nicht-europäischen Ausland wie Johannesburg, Santiago de Chile und Hongkong aktiv.

Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Vorteile der Freiwilligenarbeit für Firmen und Gesellschaft? Gibt es auch Nachteile und Hindernisse?

Sie dynamisiert Teams und fördert Motivation und Zusammenhalt. Die Beteiligten bekommen ein vollständigeres Bild ihrer Umgebung. Freiwilligenarbeit begünstigt die Kommunikation und hilft bei der Entwicklung neuer Fähigkeiten. Vorhandene Fähigkeiten werden verbessert und Barrieren zwischen verschiedenen Abteilungen abgebaut. Sie erhöht die Bereitschaft zu Innovation und unternehmerischer Initiative und intensiviert die Beziehungen eines Unternehmens zu seiner Community.

Einer spanischen Studie von 2010 zufolge waren die Hauptprobleme, mit denen Unternehmen konfrontiert werden, die Schwierigkeit, Freiwilligenarbeit mit der Arbeitszeit in Einklang zu bringen, Probleme bei der internen Kommunikation sowie das Fehlen eines adäquaten Arbeitsklimas. Man kann noch hinzufügen, dass eine geeignete Ausbildung, solche Programme geplant durchzuführen, in den meisten Unternehmen gänzlich fehlt. Und es gibt oft grundsätzliche Vorbehalte einiger NGOs gegenüber dieser Art von Freiwilligenarbeit.

Was sind die wesentlichen Elemente zur Durchführung eines guten Freiwilligenprojekts in einem Unternehmen?

Am wichtigsten ist die gründliche Planung und Vorbereitung des Projekts. Dabei muss die gleiche Professionalität wie bei den sonstigen Aktivitäten des Unternehmens herrschen. Die volle Unterstützung durch die Firmenleitung ist ein unabdingbarer Faktor für den Erfolg. Die Belegschaft muss das Projekt auch wirklich kennen, und es muss ein kontinuierlicher Dialog mit ihr geführt werden, um ihre Interessen angemessen zu berücksichtigen. Um eine positive Wirkung für die Gesellschaft zu erzielen, muss ein beteiligtes Unternehmen seine Stärken kennen und wissen, wo es sich mit den besten Erfolgsaussichten einbringen kann. Die Ergebnisse müssen in gewissen Zeitabständen überprüft werden, wobei man als Ziel eine ständige Verbesserung des Programms vor Augen haben sollte. Darüber hinaus sollten Synergien und die Unterstützung seitens der Personalabteilung und

der Abteilung für Unternehmenskommunikation gesucht werden. Die Freiwilligenarbeit erfordert letztendlich auch Arbeitszeit und ein spezielles Management. Deshalb sind ausreichende finanzielle Mittel ebenfalls erforderlich.

Wie können die Ergebnisse von Freiwilligenarbeit in Unternehmen am besten gemessen werden?

Die Erfolgsmessung ist eine der größten Herausforderungen für das weitere Wachstum der Freiwilligenarbeit in einem Unternehmen. Wenn wir nicht messen, können wir nicht planen. Und wir wissen nicht, welche Auswirkung unser Handeln hat. Um richtig messen zu können, muss vor Beginn des Programms festgelegt sein, was, wie und wann gemessen wird. Man kann aus der Perspektive der Begünstigten des Programms, der Freiwilligenhelfer oder des Unternehmens messen. Die hierbei erhaltenen Informationen können für Verbesserungen und Vorschläge genutzt werden.

Ein universelles Messsystem für Freiwilligenprogramme und die beteiligten Unternehmen würde diese Aufgabe erleichtern. Es könnte uns helfen, die Auswirkungen der Programme zu messen, Erfahrungen auszutauschen und über gemeinsame Indikatoren zu verfügen, um Ergebnisse zu veröffentlichen und zu informieren. Bei »voluntare.org« findet man standardisierte Tools, die es Firmen ermöglichen, ihre Programme in vier Dimensionen zu messen: Entwurf, Input, Ausführung und Auswirkung.

»UM EINE POSITIVE WIRKUNG FÜR DIE GESELLSCHAFT ZU ERZIELEN, MUSS EIN BETEILIGTES UNTERNEHMEN SEINE STÄRKEN KENNEN.«

Auf europäischer Ebene wird debattiert, ob die Freiwilligenarbeit ein integraler Bestandteil der CR-Strategie eines Unternehmens ist oder ob es sich um eine davon losgelöste Maßnahme handelt. Was ist Ihre Meinung dazu?

Ich denke, dass man bis vor kurzem Freiwilligenarbeit tatsächlich nur als eine weitere Maßnahme innerhalb der Unternehmenskommunikation oder der Personalabteilung ansah. Neuerdings häufen sich Studien mit Daten über die strategische Bedeutung von Freiwilligenarbeit innerhalb von Unternehmen. Es gibt mittlerweile Firmen, die zielgerichtete Pläne zur Freiwilligenarbeit entwickeln und damit ihre Programme effektiver umsetzen.

Herr Poyatos, in den letzten Jahren beteiligen sich Unternehmen und Belegschaften immer mehr an Freiwilligenprogrammen. Woher kommt dieser Sinneswandel?

Zurzeit gibt es sehr viele Unternehmen, die bei solchen Programmen mitmachen wollen – das wird auch durch Umfragen belegt. Viele Unternehmen bemerken, welches Potenzial darin liegt, und wollen eigene Programme ins Leben rufen. 2011 war das europäische Jahr der Freiwilligenarbeit. Das hatte eine große Wirkung. Es handelt sich aber nicht um eine vorübergehende Modeerscheinung. Auch in diesem Jahr zeigt sich bereits, dass das Phänomen anhält.

Was ist Ihrer Meinung nach die Zukunft der Freiwilligenarbeit?

Wenn man sich anschaut, was in anderen Ländern passiert, so könnten in den nächsten Jahren natürliche und von Menschen ausgelöste Katastrophen ein Schwerpunkt der Freiwilligenarbeit von Unternehmen werden. Die Einbeziehung von Verbrauchern in gemeinsame Projekte und generell die Beteiligung dritter Parteien wird ebenfalls wichtiger. So nehmen schon jetzt immer mehr Rentner, ehemalige Angestellte, Familienmitglieder, Freunde aktiver Mitarbeiter und selbst Verbraucher an der Freiwilligenarbeit von Unternehmen teil. Auch wird es immer normaler, dass Unternehmen zusammenarbeiten, um Synergien herbeizuführen und eine bessere soziale Wirkung zu erzielen. Ein Beispiel hierfür ist ENGAGE. Daneben kann man beobachten, dass Freiwilligenprogramme immer häufiger von Mitarbeitern eingefordert werden und nicht aufgrund einer einseitigen Entscheidung ins Leben gerufen werden. Schließlich zeigt sich eine Zunahme an soliden Allianzen mit NGOs, um konkrete Entwicklungsziele zu verfolgen und vorhandene Technologien effizienter zu nutzen.

Was denken Sie nach anderthalb Jahren der intensiven Zusammenarbeit über die Entwicklung der Freiwilligenarbeit bei SanLucar?

Die Entwicklung von SanLucar war beispielhaft. Und das in vielen Bereichen. So z. B. in Bezug auf den Einsatz der Mitarbeiter und die Einbringung von Ideen und Initiativen, die zur Erlangung der Ziele von ENGAGE äußerst nützlich waren. Aber auch bezüglich Einbeziehung der Stakeholder von SanLucar, z. B. der Anbaupartner, deren Know-how genutzt wurde. Das ist durchaus nicht üblich und eine echt große Leistung. Herzlichen Glückwunsch für eure Arbeit und macht weiter mit euren genialen Initiativen!



Internationale Freiwilligenarbeit bei SanLucar

Wir sind uns bewusst, dass unsere Tätigkeit die Lebensbedingungen der lokalen Gemeinden beeinflusst. Damit dieser Effekt positiv ist, müssen wir unsere Einflussnahme entsprechend planen und steuern. Dazu gehört die feste Überzeugung, dass wir alle die gleichen Rechte haben und dass wir uns gegenseitig mit Respekt und Wohlwollen begegnen, unabhängig davon, wer wir sind und wo wir geboren wurden.

Bei SanLucar sprechen wir gerne von unserer Familie. Sie besteht aus all unseren Kollegen und Partnern auf der ganzen Welt. Mit ihnen teilen wir unsere Werte und die Art und Weise, sie zu leben. Wir möchten die SanLucar Werte auf unsere Produktionsstätten übertragen und an unsere Kollegen vermitteln. Deshalb und weil wir wissen, dass Freiwilligenarbeit eine Möglichkeit zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung ist, bietet SanLucar

jedes Jahr drei bis sechs internationale Stipendien an.

Mit zwei aufeinanderfolgenden Ausschreibungen sind es nun bereits acht Personen, die eine einmalige Erfahrung machen können, indem sie ihre Zeit, ihre Erfahrung, ihr Engagement und ihre Initiative dort, wo SanLucar präsent ist, zur Verbesserung von Lebensbedingungen und Ökosystemen einbringen. Am 15. Mai wurden die Stipendien für das Jahr 2012 veröffentlicht.

Ecuador

Im September 2011 sind in Zusammenarbeit mit der Stiftung »Frauen und Familien in den Anden« (FUNDAMYF) unsere Kolleginnen Lisa Ebben (Qualität) und Silvia Soro (Verwaltung) nach Ecuador gereist, dort befinden sich die Anbauflächen für unsere SanLucar Bananen. Die beiden unterstützten ein Projekt, dessen Ziel es ist, ecuadorianischen Familien beim lokalen Anbau zu helfen. Dazu haben sie Bildungskurse zu Themen wie Gesundheit, Selbstbewusstsein und Familie gegeben.

Südafrika

»The Homestead« ist eine südafrikanische NGO. Sie kümmert sich um Straßenkinder und bietet ihnen die Möglichkeit, ihre Situation mit Hilfe einer Ausbildung zu verbessern. Die Kinder kehren danach zu ihren Familien zurück, wo sie weiter betreut werden. Die NGO arbeitet auch mit den Müttern der Kinder zusammen und regt sie zur Gründung kleiner Unternehmen an. Dazu verfügt The Homestead über eine kleine Werkstatt für handgemachten Schmuck (<http://www.ubunyebeadworks.co.za/ourpeople.htm>).

Im September 2011 reisten unsere Kolleginnen Jessica Peyressatre (Einkauf/Verkauf) und Davinia Puchades (Buchhaltung) nach Kapstadt. Dort halfen sie in der NGO »The Homestead« bei der Arbeit mit Straßenkindern und benachteiligten Familien. Unsere Kolleginnen widmeten ihre Zeit Kindern, damit diese lernen, ein gesundes Leben zu führen, und damit sie mit Freude und Motivation aufwachsen. Mit dem Einrichten einer Facebook-Seite zum Verkauf von Handwerkerzeugnissen haben sie den Frauen und Familien geholfen, ihre Einkünfte zu verbessern. Unsere Kollegen Marie Schaper (Marketing) und Matthias Lozano (Buchhaltung) freuen sich auf ihren Einsatz in Südafrika. Sie werden ein Konzept zur Herstellung und dem Verkauf ökologischer Handarbeiten ausarbeiten. Das dafür benötigte Material, hauptsächlich Orangenschalen, stammt aus der Zitrusproduktion. Unsere Freiwilligenhelfer werden außerdem die erst kürzlich erworbenen Felder von SanLucar bei Rooihogte (West-Kapstadt) besuchen. Dort verfügen wir über Kindergärten, in denen die Kinder unserer Mitarbeiter betreut werden. Die beiden Freiwilligen werden Freizeitaktivitäten für die Kleinen organisieren.

Chile

Im Juli und August 2012 werden unsere Kollegen Manuel Blickle (Controlling) und Patrick Rühlemann (Einkauf/Verkauf) an einem Projekt der FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) mitarbeiten. Durch das Projekt sollen die lokalen Wochenmärkte gestärkt werden, mit dem Ziel, den Kleinhändlern und Produzenten die Situation ihres Geschäftes aufzuzeigen und Verbesserungen vorzunehmen.





Gespräch mit Alan Bojanic, FAO-Vertreter in Chile (FAO: Food and Agriculture Organization of the United Nations)

Was ist die FAO? Was sind ihre wichtigsten Aktivitäten im lateinamerikanischen Raum?

Die FAO ist eine überstaatliche Organisation, der 191 Länder angehören. Diese Länder zahlen einen Mitgliedsbeitrag, der je nach Wohlstand des Landes variiert. Mit den Beiträgen realisieren wir Projekte, die den Mitgliedern zugutekommen. Die FAO gibt weder Spenden noch Kredite. Ihre gesamten Tätigkeiten hängen von den Geldmitteln ihrer Mitglieder oder Spendern wie z. B. von Entwicklungsbanken und internationalen Organisationen ab. Somit ist die FAO keine unabhängige Organisation, sondern sie reagiert auf die Bedürfnisse und Wünsche ihrer Mitglieder. Sie handelt also auf ausdrücklichen Wunsch der Länder.

Die FAO ist ein Kompetenzzentrum für alle Bereiche der Land- und Forstwirtschaft und der Fischerei. Sie veröffentlicht Technik- und Ausbildungshandbücher, die praktische Information enthalten. So können die Regierungen beispielsweise bessere Ergebnisse bei der Hungerbekämpfung erzielen.



»DIE FAO BIETET TECHNISCHES KNOW-HOW AN UND IST IN MANCHEN FÄLLEN AUCH EINE FINANZIERUNGSQUELLE.«

Die Tätigkeit der FAO in Chile, Lateinamerika und in der Welt gliedert sich in vier Bereiche:

- Informationen anbieten: Die FAO ist ein Wissensnetzwerk, das die Erfahrung seiner Mitarbeiter – Agraringenieure, Forstingenieure, Experten für Fischerei, Viehhaltung und Ernährung, Sozialwissenschaftler, Ökonomen, Statistiker und andere Berufsgruppen – nutzt. Alles, was der Entwicklung hilft, wird zusammengetragen, analysiert und weitergegeben.

- Politische Expertise teilen: Die FAO bietet ihre langjährige Erfahrung zur Ausarbeitung einer erfolgreichen Agrarpolitik an. Außerdem hilft sie beim Formulieren effizienter Gesetze und bei der Entwicklung nationaler Strategien zur Armutsbekämpfung sowie zur Förderung der ländlichen Entwicklung.

- Eine gemeinsame Plattform bieten: Regelmäßig treffen sich Dutzende von politischen Beauftragten und Experten im Hauptsitz der FAO oder in ihren Büros in den verschiedensten Winkeln der Welt, um Vereinbarungen über die wichtigsten Fragen zu Landwirtschaft und Ernährung zu treffen. Die FAO bietet durch ihre neutrale Position die Voraussetzungen dafür, dass in einem Treffen zwischen den Industrienationen und den Entwicklungsländern eine Einigung zustande kommt.

- Wissen aufs Land bringen: Die Expertise der FAO muss sich auf dem Land in Tausenden von Projekten bewähren. Die FAO verwaltet und bewegt Millionen von Dollar, Geld, das die Industrienationen, die Entwicklungsbanken und andere Quellen zur Verfügung stellen, damit die Projekte mit Erfolg abgeschlossen werden können. Die FAO bietet technisches Know-how an und ist in manchen Fällen auch eine Finanzierungsquelle.

Was ist die größte Herausforderung der FAO in Lateinamerika und der Karibik?

Ohne Zweifel werden die Länder dieser Regionen 2012 ihre Verpflichtung zu einem Lateinamerika ohne Hunger bekräftigen. Die FAO-Regionalkonferenz wird diese Initiative wieder bestätigen. Die Herausforderung besteht dann darin, nationale Entwicklungspläne zur Nahrungsmittel- und Ernährungssicherheit zu entwickeln, um den Problemen entschlossen entgegenzutreten. Das betrifft sowohl Unterernährung als auch Übergewicht und Fettleibigkeit. Unsere Programme gilt es auf legislativer und exekutiver Ebene umzusetzen, ebenso wie durch Partizipation der Zivilgesellschaft.

Eine weitere Herausforderung besteht darin, die Vielzahl regionaler Initiativen zu unterstützen, die zur Ernährungssicherung in ihrem Umfeld beitragen. Das bedeutet grundsätzlich die Förderung von Organisationen wie CELAC, CIICA, MERCOSUR, UNASUR und CARICOM, die in diesem Bereich immer mehr an Bedeutung gewinnen. Das schließt Aufgaben wie die Dynamisierung von intraregionalen Nahrungsmittelhandel, Lebensmittelsicherheit und andere regionalspezifische Themen mit ein. Begleitend dazu muss die Süd-Süd-Kooperation intensiviert und ausgebaut werden, das heißt, dass die betroffenen Länder ihre Erfahrungen untereinander austauschen.

Eine dritte große Herausforderung, die auch die Folgejahre betrifft, ist die Anpassung der Landwirtschaft an den Klimawandel. 2012 wird bestimmt durch den Weltgipfel Rio +20. Die FAO soll der Politik Empfehlungen zur praktischen Durchführung geben, damit auch im Bereich der Landwirtschaft, Viehhaltung, Forstwirtschaft und Fischerei Anpassungsprozesse durchgeführt werden. Strategischer Ausgangspunkt für uns ist die familiäre Landwirtschaft. Sie benötigt Unterstützung, um dem Klimawandel entgegenzutreten zu können.

»KEIN SEKTOR KANN ALLEIN GEGEN DEN HUNGER UND DIE EXTREME ARMUT KÄMPFEN.«

Was sind die größten Sorgen der FAO sowohl in Chile als auch auf internationaler Ebene?

Die Hauptanliegen der FAO auf globaler Ebene sind die Bekämpfung des Hungers und die Unterstützung der ländlichen Entwicklung, um eine für alle ausreichende Lebensmittelversorgung sicherzustellen.

Traditionelle, bäuerliche Landwirtschaft versus landwirtschaftliche Innovation? Sind diese Konzepte miteinander vereinbar?

Sie sollten eher komplementär als nur kompatibel sein. Denn in der familiären Landwirtschaft steckt das größte Entwicklungspotenzial. Man erreicht nur dann etwas, wenn man es schafft, agrarische Neuerungen aufs Land zu bringen, wenn man den Kleinbauern, Bauern und Landwirten technologischen Fortschritt zur Verfügung stellt. Besonders wichtig wird dieser Umstand beim aktuellen Klima der Preisinstabilität. Wenn wir es schaffen, die Verfügbarkeit von Lebensmitteln zu erhöhen, müssten die internationalen Preise stabiler werden. Darum ist es wichtig, dass Staaten wieder eine prominente Rolle bei den Innovationen spielen. Dann gelangen Forschungsergebnisse an die Landwirte, die sie auch am nötigsten haben.

Welche Verantwortung haben Unternehmen des Landwirtschafts- und Ernährungssektors bei der Bekämpfung von Hunger und Armut?

Alle Sektoren tragen hier eine große Verantwortung, es ist unmöglich, dass die FAO diese alleine bekämpft. Die einzige Möglichkeit, den Hunger auszurotten, besteht darin, dass alle, also Regierungen, private Sektoren, NGOs, Zivilgesellschaft und internationale Organisationen, ihre Kräfte bündeln und Initiativen fördern, die eine fortschreitende Reduzierung des Hungers und extremer Armut zum Ziel haben. Kein Sektor kann allein gegen den Hunger und die extreme Armut kämpfen. Nur durch übergreifende Allianzen können wir dafür sorgen, die völlig inakzeptable Situation mit mehr als 900 Millionen Hungernden in der Welt zu ändern.

Was glauben Sie ist die Rolle der Regierungen in Bezug auf Lebensmittelsouveränität? Welcher Verantwortung müssen sie sich stellen?

Die FAO beschäftigt sich mehr mit Ernährungssicherheit als mit der Souveränität. Die Ernährungssicherheit halten

wir für eine große Verantwortung der Staaten, Gesetze zu schaffen, die die adäquate Ernährung ihrer Bevölkerung sicherstellen. Die FAO steht den Ländern jederzeit zur Verfügung, um sie bei der Formulierung und Implementierung solcher Gesetze zu unterstützen. Mit Hilfe der Initiative »Lateinamerika und Karibik ohne Hunger« fördern wir die Aktion »Parlamentarische Fronten gegen den Hunger«. Sie bringt die Gesetzgeber der ganzen Region zusammen, regt Debatten an und unterstützt die Entwicklung politischer Pläne im Bereich der Ernährungssicherung.

FAO Chile und SanLucar werden im Rahmen des Programms der internationalen Freiwilligenarbeit zusammenarbeiten. Warum ist es wichtig, dass sich Unternehmen mit ihrem Wissen in den lokalen Gemeinden einbringen?

Wie ich schon erwähnte, ist es unumgänglich, dass sich alle Sektoren zusammenschließen, um sich für die ländliche Entwicklung und die Ausrottung des Hungers einzusetzen. Deshalb halten wir es für sehr gut, dass SanLucar die Arbeit der FAO in Chile unterstützt. Es gibt ganz unterschiedliche Wege zur Förderung der landwirtschaftlichen Entwicklung des Landes. Aber jeder Ansatz wird wesentlich mehr Erfolg haben, wenn wir die Kräfte aller Sektoren vereinen.



5.3 Soziale Entwicklung bei SanLucar International

In Tunesien hat SanLucar eine seiner größten eigenen Produktionsstätten. Wir bauen dort verschiedene Sorten von Obst und Gemüse an, darunter Tomaten, Melonen, Erdbeeren und Himbeeren. 2012 startet außerdem der Anbau in Südafrika, woher wir künftig geschmackvolles Steinobst, leckere Zitrusfrüchte, Trauben und andere Produkte beziehen werden.

Auf unseren weltweiten Anbauflächen wird die SanLucar Philosophie angewandt: Leidenschaft für Geschmack im Einklang mit Mensch und Natur. Alle unsere Produktionsstätten haben das Global-G.A.P.-Zertifikat, das die gute landwirtschaftliche Praxis fördert, für den Anbau von sicheren und nachhaltigen Produkten. Wir sorgen dafür, dass die Arbeit in unseren Produktionsstätten mit Integrität, Gleichberechtigung, Sicherheit und einem verantwortlichen Umgang mit den Naturressourcen geschieht. Dabei werden immer die Arbeitssicherheit, die besten Arbeitsbedingungen sowie eine langfristige Entwicklung unserer Mitarbeiter berücksichtigt.

So wollen wir auch im Jahr 2013 mit einem ehrgeizigen Projekt beginnen. Bei einem Projekt in Tunesien sollen die Produktion und der Verkauf von Handwerksprodukten (Korbflechtereie) aus der Region gefördert werden – natürlich unter Einhaltung der folgenden Nachhaltigkeitsaspekte: langfristige Verbesserung der wirtschaftlichen Situation der lokalen Bevölkerung und nachhaltige Bewirtschaftung der Palmen.



Unsere Oase in Tunesien



Gespräch mit Santiago Galán, CEO von SanLucar International

Santiago Galán, CEO von SanLucar International, kennt SanLucar ganz genau. Und er weiß, welche Werte für SanLucar zählen. Er ist seit langem für die internationale Geschäftsentwicklung zuständig. Darüber hinaus hat Santiago aktiv an der Einführung des SA8000-Managementsystems mitgewirkt. Er kennt die Bedeutung und die Notwendigkeit eines verantwortungsvollen Managements und setzt sich täglich dafür ein.

Santiago, 2011 war ein besonderes Jahr für SanLucar. Das Unternehmen hat sehr stark auf die strategische Entwicklung der internationalen Geschäftstätigkeit gesetzt. Wo steht SanLucar in fünf bzw. in zehn Jahren?

Internationalität und Weltoffenheit sind Teil der SanLucar DNA. 2008 haben wir mit der Produktion in Tunesien einen wichtigen Grundstein gelegt. 2011 und 2012 sehen wir die ersten Ergebnisse der Arbeit und Zeit, die viele Menschen dort investiert haben. Die Arbeit unseres großartigen Teams wird weitergeführt. SanLucar, so wie wir es jetzt kennen, wird in fünf Jahren ganz anders sein. Und erst recht in zehn. Es ist unmöglich, Veränderungen zu vermeiden. In fünf Jahren wollen wir 3.000 ha Anbauflächen mit der Aussicht auf weitere 5.000 ha haben. Circa 5.000 Menschen werden bei uns arbeiten. In zehn Jahren vielleicht sogar schon 15.000! Wir werden in mehr als zehn Ländern auf vier Kontinenten vertreten sein und dort produzieren. Bei SanLucar werden Menschen aus mehr als 30 Ländern arbeiten. Dank dessen, was wir heute schon sind, können wir dieser großen Herausforderung entgegenzutreten. Das ist natürlich sehr spannend und aufregend für uns alle.

Was ist die größte Herausforderung für SanLucar bei seiner internationalen Entwicklung?

Zweifellos liegt sie darin, in den verschiedenen Ländern und Regionen Menschen für unser Team zu finden. Anbaufläche und Büroräume kann man von heute auf morgen erwerben. Aber dem ganzen Leben geben, das können nur Menschen. Ein gut organisiertes Team aufzustellen, das die Werte von SanLucar versteht und auch lebt, benötigt viel Zeit. Das ist die größte Herausforderung, die vor uns liegt.



»(...) (DIE HERRAUSFORDERUNG LIEGT) DARIN, IN DEN VERSCHIEDENEN LÄNDERN UND REGIONEN MENSCHEN FÜR UNSER TEAM ZU FINDEN.«

In Tunesien und Südafrika haben wir zuerst mit eigener Produktion begonnen. Warum wurden gerade diese Länder ausgewählt?

Beide Regionen haben eine große landwirtschaftliche Tradition. Außerdem befinden sie sich in Klimazonen, in denen über zwölf Monate im Jahr produziert werden kann. Und vor allem sind es Länder, die uns fantastisch aufgenommen haben. Dort will SanLucar nicht nur Anbauflächen kaufen und produzieren, sondern auch ein neues Modell der landwirtschaftlichen Entwicklung einführen, das sich positiv auf die soziale Entwicklung aller Menschen und der Gemeinden auswirkt. Das sind nicht nur Worte. In Tunesien sind es schon reale, greifbare Tatsachen und auch in Südafrika können wir in Kürze die ersten Ergebnisse sehen.

Wir setzen auf die Innovation unseres Produktionssystems bei gleichzeitiger Einbeziehung aller Partner in die Entwicklung. Das verhilft uns zu einem unschätzbaren Wettbewerbsvorteil, der auch einen großen Wert für die jeweilige Region darstellt.

»ALLES, WAS DIE GESELLSCHAFT AN SOZIALEN VERBESSERUNGEN EINFORDERTE, WAR BEI SANLUCAR TUNESIEN BEREITS REALITÄT.«

Tunesien und Südafrika sind Länder, deren Geschichte und Gegenwart von Episoden des Kampfes für mehr Mitsprache bestimmt sind. Wie verhält sich SanLucar dabei?

Das sind Ereignisse, die wir hautnah erleben. Sofern sie mit Respekt vorgebracht werden, unterstützen wir sie zu 100 Prozent. In Tunesien waren wir bei der Revolution dabei. Wir haben unseren Kollegen geholfen und Mittel zur Verfügung gestellt, damit sich Arbeit und Entwicklung vereinbaren lassen. Wir haben die Arbeitszeiten angepasst, um ihnen zu zeigen, dass wir an ihrer Seite stehen. Alles, was

die Gesellschaft an sozialen Verbesserungen einforderte, war bei SanLucar Tunesien bereits Realität. Nichtsdestotrotz haben wir die Kommunikation mit den Teams verbessert. Wir sind immer bereit, ihnen zuzuhören und ihnen zu helfen. Das hatte einen positiven Effekt. Tunesien hat eine gut ausgebildete Gesellschaft, die mehr Beteiligung und bessere soziale Bedingungen fordert. Dabei wird SanLucar sie immer unterstützen.

Südafrika ist ein ganz anderer Fall. Dort gibt es zwar eine demokratische Grundlage, aber die Ungleichheit ist nach wie vor enorm. Es ist wahrscheinlich eines der Länder mit der größten Ungleichheit überhaupt. SanLucar arbeitet schon daran, die Chancengleichheit zu fördern. Dabei beginnen wir bei unseren eigenen Strukturen. Rasse oder Geschlecht machen beim gleichen Arbeitsplatz keinen ökonomischen Unterschied aus. Es gibt auch keine Unterschiede in den Funktionen.

Die nächste Herausforderung liegt darin, die Menschen, die keine weiße Hautfarbe haben, darauf vorzubereiten, mehr und größere Verantwortung zu übernehmen. Das wird ihnen bei ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung helfen. Unsere bisherigen Maßnahmen tragen die ersten Früchte. Jeder sieht, dass wir bei SanLucar uns für Chancengleichheit einsetzen und dass keine andere Position geduldet wird. Auch wenn es viel Zeit kostet, werden wir unsere Ziele sicher erreichen. Ein schwieriges Thema ist es, unsere Auffassung in die Gemeinden zu tragen. Wenn die übrigen Unternehmen sich davon überzeugen lassen, dass die Menschen mit unserem System leistungsbereit sind, wird es einfacher werden und die Wertschätzung gegenüber den Menschen wird sich verbessern. Das ist ein Prozess, der sich Schritt für Schritt ganz langsam durchsetzen wird. Schließlich herrschte für Jahrhunderte Ungleichheit.

SanLucar hat einen Ethikkodex und 2011 einen Plan zur Gleichberechtigung und Vielfalt initiiert. Sind unsere Prinzipien in allen Ländern umsetzbar?

Sie sind zu 100 Prozent umsetzbar, und wir sollten nicht ein Prozent von ihnen abweichen! Das ist unsere Überzeugung, mit ihr arbeiten wir. Alle, die an einem unserer Projekte beteiligt sind, wissen, dass es so sein soll. Es sind Kriterien, die nicht zur Diskussion stehen und die überall gelten, sei es in Spanien, Österreich, Deutschland, Tunesien oder Südafrika.

Was waren bis jetzt die wichtigsten sozialen Projekte und Erfolge in Tunesien? Was ist als Nächstes geplant?



Ich würde sagen, dass unser wichtigster Erfolg darin liegt, alle unsere Mitarbeiter als Menschen mit gleichen Rechten und Pflichten anzuerkennen. Auf dieser Basis arbeiten wir ohne Unterlass weiter. In den fast vier Jahren seit dem Erwerb der Produktionsstätte haben wir Mittel zur Verfügung gestellt, die für uns selbstverständlich sind, mit denen unsere Mitarbeiter jedoch nicht gerechnet hatten, bis wir tatsächlich dorthin kamen. Beispielsweise anständige Sanitäreinrichtungen, moderne Umkleidekabinen, Speisesäle mit hohem hygienischen Standard und Komfort, Arbeitsschutz und Ausbildung zur Risikovermeidung, Transportmöglichkeiten, um den Weg zur Arbeitsstelle zu ermöglichen, Ausbildungsstipendien, Hilfeleistungen zur Ausbildung der Kinder (Lohnzuschlag), Treueprämien für lange Zusammenarbeit im Team, Leistungsprämien, Lohnverbesserungen von über 30 Prozent gegenüber anderen Arbeitgebern, einen Sanitätsdienst mit eigener Krankenschwester in der Produktionsstätte zur Hilfeleistung und zur Prävention von Krankheiten und Verletzungen.

»SANLUCAR ARBEITET SCHON DARAN, DIE CHANCENGLEICHHEIT ZU FÖRDERN. DABEI BEGINNEN WIR BEI UNSEREN EIGENEN STRUKTUREN.«

Der neue tunesische Premierminister Hammadi Jebali hat uns am 14. Juni 2012 sogar einen Preis überreicht, auf den wir sehr stolz sind. Der FIPA Award wurde uns für die Schaffung stabiler Arbeitsverhältnisse, sozialer Entwicklung, Investition und Wohlstand in den schwierigsten Stunden Tunesiens verliehen. Zurzeit arbeiten wir mit unseren Ingenieuren intensiv an internen Schulungen, damit alles in jedem Team korrekt durchgeführt wird. Mit der Schaffung eines Sportbereiches zur Organisation von Wettbewerben und anderen Veranstaltungen möchten wir die Gemeinschaft und das Zusammenleben fördern. Und wir werden versuchen, durch den Verkauf lokaler Hand-

werksprodukte (Korbwaren) die ökonomische Entwicklung der Familien der Region zu stärken. Denn auf der Suche nach einer ästhetischen Verpackung für unsere Früchte behalten wir natürlich auch die sozialen und kulturellen Aspekte im Auge. Zusammengefasst: Wir verfolgen weiterhin unser Prinzip, die Menschen wertzuschätzen und ihnen Wachstumsmöglichkeiten zu bieten.

Südafrika ist eine echte Herausforderung. Dort besteht eine große soziale Ungleichheit und es gibt viele weitere Probleme wie Kriminalität und Drogenmissbrauch. Wie kann SanLucar diesen Herausforderungen begegnen und auf lange Sicht einen positiven Effekt erzielen?

In einer der vorherigen Fragen haben wir schon von der Ungleichheit in Südafrika gesprochen. Ich bekräftige meine Äußerungen: Wo wir die Chance haben zu handeln, handeln wir. In Fällen, wo dies nicht möglich ist, versuchen wir, innerhalb unseres Einflussbereiches zu wirken.

Wir werden den Verkehr und Konsum von gesundheitsschädlichen Substanzen stoppen. Denn wir verstehen unsere Anbauflächen als einen Ort der Arbeit und des Lernens und nicht als einen Ort, der Gesundheit und Zusammenleben gefährdet. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter mit Schulungen zum Thema Entgiftung, an denen lokale Behörden und Einrichtungen mitwirken. Wir wollen mit unseren Teams an den Themen Ausbildung und Entwicklung arbeiten, sowohl im beruflichen als auch im persönlichen Bereich. Eine ordentliche Ausbildung ist eine der wichtigsten Maßnahmen, um Problemen vorzubeugen. Derzeit verhandeln wir mit den lokalen Behörden, um unseren Mitarbeitern eine höhere Lebensqualität und besseren Wohnraum zu ermöglichen. So helfen wir auch bei ihrer Integration. Das sind schwierige Themen, die die Zivilgesellschaft und die öffentliche Verwaltung so schnell wie möglich lösen möchten. Wir denken, dass die Probleme in gemeinsamer, enger Zusammenarbeit mit den betroffenen Menschen gelöst werden können.

Es handelt sich um schwierige Themen, die praktisch die gesamte Bevölkerung und auch die öffentlichen Behörden abschaffen möchten. Wir haben den festen Glauben, dass wir dies nur schaffen können, wenn wir alle zusammen mit den Menschen arbeiten.

Wie stellt SanLucar Nachhaltigkeit bei Umweltthemen und seiner allgemeinen Geschäftstätigkeit sicher?

Wie bei unserem Ethikkodex stehen diese Themen für uns nicht zur Diskussion. Wir glauben, dass alles, was wir tun, nachhaltig sein muss. Diese Einstellung geben wir an unsere Partner weiter. In unseren eigenen Produktionsstätten leiten wir Wassersparmaßnahmen ein, indem wir z. B. Bewässerungswasser recyceln. Wir trennen Abfall, um ihn wiederzuverwerten. Eine Praxis, die an unseren neuen Standorten nicht wirklich verbreitet ist. Wir führen Audits zum Energiesparen durch und vieles andere mehr. Das Wichtigste bleibt, dass alle unsere Aktionen auf das Ziel der Nachhaltigkeit hin konzipiert sind. Das ist nur möglich, wenn wir wirklich daran glauben, wenn sich unsere Mitarbeiter zu 100 Prozent dafür einsetzen und es auch an andere weitergeben.

Welche Eigenschaften braucht man als CEO von SanLucar International, um auf der ganzen Welt gute Arbeit zu leisten?

Als Verantwortlicher ist es meine Aufgabe, nach den Kriterien SanLucars zu handeln. Das bedeutet: fähig sein, sich an die lokale Kultur anzupassen; zu begreifen, wie die Dinge gesehen und verstanden werden, dementsprechend zu handeln. Wir können nur Erfolg haben, wenn wir jedes einzelne Land und seine Menschen verstehen. Wir wollen unsere Auffassung von Landwirtschaft weitergeben. Wir unterstützen Neuerungen, Pilotprojekte und Nachhaltigkeit, weil wir so unseren Kunden beste Qualität anbieten können. Teamarbeit ist auch sehr wichtig. Wir wollen Individualisten zeigen, dass man nur als Team gute Resultate erbringen und Erfolge erzielen kann. Wir schaffen Strukturen, die Menschen mit Führungsqualitäten fördern. Zuletzt muss man auch ein Vermittler sein. Alle Bereiche von SanLucar sollen ihr Wissen einbringen, um bei der Entwicklung eines jeden Projektes zu helfen.





Unser Point of Sale

6 Unsere Kunden und Verbraucher – unsere wichtigste Garantie



- Edeka Südwest und SanLucar
- REWE International AG über das Thema Nachhaltigkeit
- Soziale Innovation bei der Verpackung
- Transparente Qualität
- Dialog mit Kunden und Verbrauchern
- Frische Kommunikation

Die Käufer unseres Obstes und Gemüses möchten frische, leckere, gesunde und zu 100 Prozent sichere Produkte. Sowohl wir als auch unsere Partner sind davon überzeugt, dass ein gutes Erzeugnis nur durch verantwortungsvolles Handeln zu erreichen ist. SanLucar und seine Anbaupartner legen denselben Maßstab an, um die bestmögliche Qualität zu gewährleisten. Wir teilen nicht nur mit unseren Anbaupartnern dieselbe Vision, sondern auch mit unseren Handelspartnern. Denn sie sind unsere strengsten Kritiker. Zugleich sind sie auch Helfer und Vermittler, die unsere Philosophie an den Verbraucher weitergeben und über unsere Aktionen berichten.

Edeka Südwest und SanLucar

»Gemeinsamkeiten verbinden! Wir lieben Lebensmittel. Deshalb lieben wir auch frisches Obst und Gemüse – genau wie SanLucar, unser Handelspartner, mit dem wir seit vielen Jahren eng und vertrauensvoll zusammenarbeiten. Bei SanLucar wird Obst und Gemüse im Einklang mit Mensch und Natur angebaut. Themen wie Umweltschutz und soziales Engagement sind sowohl bei uns als auch bei SanLucar fest in der Unternehmensphilosophie verankert. Diese gemeinsamen Wertvorstellungen verbinden und machen uns zu einem starken Team.«

Christhard Deutscher, Leitung Unternehmenskommunikation der EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH.



REWE International AG über das Thema Nachhaltigkeit

Zu diesem Thema haben wir Tanja Dietrich-Hübner, die Leiterin der Nachhaltigkeitsabteilung der REWE International AG, befragt.

Mit welchen Aktivitäten und Projekten heben Sie sich aktuell von Wettbewerbern ab?

2008 wurde Nachhaltigkeit in der REWE Group als wichtiges Handlungsfeld definiert. Der Konzern hat als erstes Lebensmittelunternehmen in Österreich Nachhaltigkeit in seiner Unternehmensstrategie verankert, und das hat Auswirkungen auf alle Geschäfts- und Unternehmensbereiche. Die Nachhaltigkeitsstrategie umfasst vier Kernbereiche:

- grüne Produkte
- Energie, Klima und Umwelt
- MitarbeiterInnen
- gesellschaftliches Engagement

Welche Bedeutung hat PRO PLANET für Ihr Unternehmen?

Die REWE Group kennzeichnet mit dem PRO PLANET-Label konventionelle Produkte, die die Umwelt und Gesellschaft während ihrer Herstellung, Verarbeitung oder Verwendung deutlich weniger belasten. Dabei werden spezifische Nachhaltigkeitsaspekte entlang der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt. Ziel ist es, den nachhaltigen Konsum im Massenmarkt zu fördern und Produkte mit nachhaltigem Mehrwert zu attraktiven Preisen anzubieten. In der Umsetzung von PRO PLANET-Projekten arbeitet die REWE Group mit unabhängigen Experten zusammen, in Österreich sind das bei Obst und Gemüse die Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000 und die Caritas. Damit bietet die REWE Group eine verlässliche Orientierungshilfe für Konsumenten, die mit ihrem Einkauf auch etwas für die Umwelt und die Sozialverträglichkeit von Produkten tun wollen.

Sie widmen eine ganze Woche im Jahr dem Thema Nachhaltigkeit. Was sind Ihre Ziele?

Natürlich spielt Nachhaltigkeit bei unseren Handelsfirmen das ganze Jahr eine wichtige Rolle. Sonst hätten auch die »Nachhaltigen Wochen« nicht diesen Erfolg. Um über die vielfältigen Aktivitäten und Ziele im Rahmen der Nachhaltigkeit zu informieren, veröffentlicht die REWE Group z. B. alle zwei Jahre einen Nachhaltigkeitsbericht. Als Österreichs Marktführer



im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel nimmt die REWE International AG ihre besondere Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft und kommenden Generationen wahr und macht es sich zur Aufgabe, das Thema Nachhaltigkeit weiter voranzutreiben. Diese ehrgeizige Aufgabe können wir aber nur gemeinsam mit verantwortungsvollen Partnern aus der Industrie bewältigen. Das bedeutet z. B., unseren KundInnen Produkte mit einem nachhaltigen Mehrwert hinsichtlich gesunder Ernährung, Klima- und Umweltschutz, Biodiversität, sozialem Engagement u. a. anzubieten. Oder den MitarbeiterInnen Vorsorgeuntersuchungen zu erleichtern, spezielle Rabatte beim täglichen Einkauf u. a. Ein erklärtes Ziel der REWE Group im Bereich Klimaschutz ist z. B., bis 2015 die spezifischen CO₂-Emissionen, bezogen auf die Verkaufsfläche, um 30 Prozent gegenüber dem Vergleichsjahr 2006 zu reduzieren.

»DIE REWE INTERNATIONAL AG (NIMMT) IHRE BESONDERE VERPFLICHTUNG GEGENÜBER DER GESELLSCHAFT WAHR.«

Warum, glauben Sie, ist Unternehmensverantwortung im Ernährungssektor besonders wichtig?

Grundsätzlich verpflichtet der Handel mit Lebensmitteln zu höchster Transparenz und kundenorientierter Information. Und es geht auch um Nahversorgung und Versorgungssicherheit der ÖsterreicherInnen mit einwandfreier und frischer Ware. Durch die Pionierarbeit im Bereich Bioprodukte und den Ausbau des Ja! Natürlich Sortiments auf 1.100 Produkte hat REWE International AG entscheidend zu einer Sensibilisierung der KonsumentInnen im Bereich Nachhaltigkeit beigetragen. Dass Nachhaltigkeit im Lebensmittelbereich für jeden zweiten Kunden kaufentscheidend ist, zeigen u. a. die 2009 und 2010 für die REWE International AG durchgeführten Studien zur österreichischen Lebensmittelkultur. In diesem Zusammenhang gewinnen Herkunftsnachweise, Zertifizierungen, Gütesiegel u. a. zunehmend an Bedeutung.

Was unterscheidet Ihrer Meinung nach eine verantwortungsbewusste Firma von einer Firma, die Unternehmensverantwortung nicht so ernst nimmt?

Nachhaltigkeit sollte in die Unternehmensstrategie eingebettet sein und mit konkreten Zielsetzungen verbunden werden. Ein wichtiger Faktor ist auch die glaubwürdige und kontinuierliche Kommunikation mit den unterschiedlichen Stakeholdergruppen.

»NACHHALTIGKEIT SOLLTE IN DIE UNTERNEHMENSSTRATEGIE EINGEBETTET SEIN.«

Welche Kommunikationskanäle sind wichtig, um in Dialog mit den Konsumenten zu treten und langfristig Vertrauen in Marken wie REWE und SanLucar zu schaffen?

Regelmäßige Kommunikation ist für die nachhaltige Entwicklung der REWE International AG von zentraler Bedeutung. Nur so können Vertrauen und Transparenz aufgebaut werden. Um die Anliegen und Bedürfnisse der Stakeholder zu kennen, sind wir auch im kontinuierlichen Austausch mit KundInnen,

MitarbeiterInnen, Geschäftspartnern, Lieferanten, InteressenvertreterInnen und den zahlreichen weiteren Dialoggruppen. REWE International AG beteiligt sich außerdem an diversen Initiativen und Projekten – wie ARGE Gentechnik frei oder respACT, oftmals bereits über Jahre hinweg um gemeinsam mit anderen Unternehmen und ExpertInnen an Lösungen und Umsetzungen zu arbeiten.

Welche Corporate Responsibility-Aktivitäten von SanLucar haben Ihre Aufmerksamkeit auf sich gezogen?

Neben der SA8000-Zertifizierung die Erstellung des ersten Nachhaltigkeitsberichts im Jahr 2011.

Ein Unternehmen kann nur wirklich nachhaltig sein, wenn dies auch im Einklang mit der Wertschöpfungskette geschieht. Wie garantiert die REWE Group maximales Vertrauen in ihre Wertschöpfungskette und wie wird dies kommuniziert?

In der 2011 veröffentlichten »Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften« macht die REWE Group klar, für welche Werte das Unternehmen steht. Diese umfassen die gesamte Wertschöpfungskette und zielen auch darauf ab, dass die Partner der REWE Group in ihrem Einflussbereich nachhaltig agieren.

Welche Ideen und Pläne hat die REWE Group für die zukünftige Kampagne?

Das Konzept der »Nachhaltigen Wochen« wollen wir konsequent weiterverfolgen. Zusammen mit unseren Partnern möchten wir den KundInnen von BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG attraktive Angebote für nachhaltige Produkte präsentieren und dadurch auch einen Beitrag zur Förderung eines nachhaltigeren Lebensstils der ÖsterreicherInnen beitragen.



6.1 Soziale Innovation bei der Verpackung

Wir bei SanLucar möchten, dass alle unsere Kunden Zugang zu Informationen über unsere Produkte haben. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeiten unsere Verpackungs- und CR-Abteilung an der Einführung von Blindenschrift auf unseren Produktetiketten. Das hilft Sehbehinderten und Blinden bei ihrem Einkauf im Supermarkt und zu Hause.

Bei diesem Projekt kooperieren wir mit Vereinen für Sehbehinderte in Deutschland und Österreich (BSVH Blindenverein Hamburg und Blinden- und Sehbehindertenverband Österreich) und mit der Stiftung ONCE in Spanien. So lernen wir, die Bedürfnisse von Sehbehinderten und Blinden besser zu verstehen, und können feststellen, ob die von unserem Partner erstellten Blindenetiketten nützlich und lesbar sind. Auch andere Technologien werden als Alternative zur Blindenschrift überprüft, um den Informationszugang von betroffenen Menschen sicherzustellen.



In der nächsten Tomaten-Kampagne ab November 2012 werden wir die erste Konfektion (»Fiesta-Tomaten«) mit dem neuen Etikett ausstatten. Nach und nach werden wir das Etikettenformat auf andere Produkte ausweiten.

6.2 Transparente Qualität

Unsere Qualitätsabteilung arbeitet täglich daran, unseren Kunden alle Informationen bezüglich unserer Produktqualität und der Einhaltung der europäischen Normen zur Rückverfolgbarkeit und Lebensmittelsicherheit bereitzustellen. Um dabei größtmögliche Transparenz zu erlangen, arbeiten wir mit einem Webportal. Das Portal ermöglicht unseren Anbaupartnern, sämtliche Daten zu einem Produkt (produzierte Menge, Rückverfolgbarkeit, Behandlung auf der Anbaufläche, Behandlung nach der Ernte, Analysen etc.) bereitzustellen. So sind Produktionsprozess und Qualität der gelieferten Ware jederzeit erkennbar.



Um auf unser Webportal zugreifen zu können, sind nur ein Internetanschluss, ein Benutzernamen und ein Passwort nötig. Der Zugang erfolgt dann über folgende Adresse:
<http://extranet.sanlucar.com>

Die Rückverfolgbarkeit ist eines der Prinzipien von SanLucar. Unsere Experten aus der Qualitäts-, Logistik-, IT- und Packaging-Abteilung arbeiten eng zusammen, um Transparenz in unserer Prozesskette zu erreichen. Zu keiner Zeit verlieren wir unsere Produkte aus den Augen. Wir kontrollieren kontinuierlich unsere Wertschöpfungskette, angefangen beim Saatgut bis hin zum Supermarkt. Unser Identifikationssystem und computergestütztes Warenmanagement ermöglichen es uns, an jedem Punkt der Lieferkette die Vorgeschichte der Ware nachzuvollziehen. Wir können jeden einzelnen Schritt identifizieren: Menge, Anschrift des Anbaupartners, Parzelle, verkaufte Einheiten, Gewicht, Erntedatum, Konfektion, Warenausgang, Palettennummer, Transporteur, LKW-Kennzeichen, Zwischenstationen und Ziel.

Wir unterscheiden zwischen drei Typen der Rückverfolgbarkeit:

- Rückverfolgbarkeit zur Herkunft: Dokumentation und Kennzeichnung bis zur Anbaufläche.
- Rückverfolgbarkeit zum Ziel: Dokumentation und Kennzeichnung bis zum Kunden.
- interne Rückverfolgbarkeit.

Damit das System funktioniert, überprüfen unsere Qualitätstechniker täglich die korrekte Kennzeichnung der Ware bei unseren Anbaupartnern. Auf diese Weise können wir, wenn notwendig, jede Palette lokalisieren und identifizieren.



6.3 Dialog mit Kunden und Verbrauchern

Wir beschäftigen uns täglich damit, die Erwartungen unserer Kunden und Verbraucher zu kennen, zu verstehen und zu erfüllen. Das ist die Grundlage unserer Verpflichtung für höchste Qualität, die den Kunden in den Mittelpunkt stellt. Unsere tägliche Aufgabe ist es, »Kunden zu begeistern«, das heißt nicht nur ihre Erwartungen zu erfüllen, sondern sie sogar zu übertreffen (Liefergarantie, Qualitätsgarantie).

Wir bieten nicht einfach Premium-Produkte an, sondern stehen auch im ständigen Dialog zur Verbesserung. Kundenzufriedenheit und -treue haben für uns Priorität. Ebenso wie der verantwortungsbewusste Verzehr von Obst und Gemüse und eine bessere

Information der Verbraucher. Darum kooperieren unsere Key-Account-Manager eng mit SanLucar Händlern und Kunden, das heißt mit denjenigen, die unsere Produkte an den Konsumenten weitergeben. Sie informieren über Neuerungen, führen Weiterbildungsmaßnahmen für das Supermarktpersonal durch, erklären unsere Philosophie und unsere Werte.



Unsere KAMs und PoS-Consultants

Um besser über die Kundenzufriedenheit Bescheid zu wissen, haben wir in der Kampagne 2011/2012 mittels eines neuartigen Online-Tools eine Zufriedenheitsumfrage durchgeführt. Sie ermöglicht das gleichzeitige Versenden der Umfragebögen an alle unsere Kunden. So erhalten wir von jedem Kunden detaillierte Antworten und können vergleichende Grafiken zu jeder Frage erstellen. Dieses Online-Tool vereinfacht die Zufriedenheitsanalyse und ermöglicht uns darüber hinaus, Prozesse zu optimieren und kurzfristig Rückschlüsse zu ziehen. All das kommt unserer kontinuierlichen Verbesserung zugute.

Es werden auch Zufriedenheitsstudien mit anderen Stakeholdern durchgeführt, z. B. unseren Anbaupartnern. Außerdem lassen sich auch Marktstudien über Produkte oder eine neue Verpackung durchführen.

Unser Reklamationsmanagement wurde während der Kampagne 2011/2012 verbessert, um die Transparenz, Effizienz und Schnelligkeit zu verbessern. Die neu gegründete Reklamationsabteilung hat die Aufgabe, das neue System umzusetzen und die Zufriedenheit unserer Kunden und Anbaupartner zu erhöhen.

Die Auswertungen der erhaltenen Reklamationen werden von der Qualitätsabteilung durchgeführt, die monatliche Berichte erstellt. Nicht nur mit dem Ziel, die Reklamationen zu dokumentieren und ihre bisherige Entwicklung zu analysieren, sondern auch, um die Ursachen auszuwerten. Wenn notwendig wird ein Plan für spezielle Verbesserungen umgesetzt. Die Berichte werden an

die Ein- und Verkaufsabteilung sowie an die Produktmanager weitergegeben, die sich um die Optimierung unserer Prozesse und Serviceleistungen kümmern.

Sowohl unser Online-Tool für Umfragen als auch unsere neue Reklamationsabteilung sind wertvolle Informationsquellen, um unsere Prozesse ständig zu verbessern und immer den besten Service anbieten zu können.

Verbraucher können sich über die Kommentarfunktion im SanLucar Blog, auf der SanLucar Facebook-Fanseite oder über das Kontaktformular auf www.sanlucar.com mit uns in Verbindung setzen. Jede Frage wird von unseren Experten schnellstmöglich und gewissenhaft beantwortet.

6.4 Frische Kommunikation

Unsere Früchte sprechen für sich. Aber eine gute Marketing- und Kommunikationsstrategie hilft, ein besseres Verständnis für unsere Arbeit zu bekommen. Der Marketing-Mix von SanLucar enthält verschiedene Kommunikationsinstrumente, mit denen wir unsere Zielgruppen erreichen.

Das Team der Key-Account-Manager mit den PoS-Consultants in Österreich und Deutschland unterhält direkten Kontakt zum Personal der Supermärkte und berät sie beim Verkauf unserer Produkte. Unser wöchentlicher Newsletter ist ebenfalls an das Fachpersonal gerichtet. Er informiert über die Einführung neuer Produkte, die Entwicklung von Erntekampagnen und über Unternehmensnachrichten, die für den Verkauf interessant sind.

Am Verkaufspunkt treffen unsere Produkte auf die Verbraucher. Hier ist Vorsicht angesagt, damit unsere Produkte so präsentiert werden, wie sie es verdienen. Auf Informationsplakaten und Handzetteln vermitteln wir sowohl Inspiration als auch Information über unsere Produkte. Auch die Verpackung spielt eine wichtige Rolle bei der Warenpräsentation. Wir setzen auf umweltfreundliche Verpackungen, die oft Extrainformation enthalten, z. B. Rezeptideen für das gekaufte Obst und Gemüse.



Im viermal jährlich erscheinenden SanLucar Magazin stehen unsere Produkte im Mittelpunkt: Rezepte, Ratschläge und Kuriositäten über unser Obst und Gemüse.

SanLucar erscheint regelmäßig in Zeitschriften, und wir führen Radiokampagnen, Veranstaltungen, Sponsoring, Werbeaktionen und Wettbewerbe durch. Ein Team für Öffentlichkeitsarbeit hält den Kontakt zu Medien und Marktforschung. Durch Zielgruppeninterviews versuchen wir, die Kaufmotivation unserer Kunden zu verstehen.



Die Online-Community von SanLucar

Das Internet bietet uns eine hervorragende Möglichkeit, engen Kontakt mit unserer Community zu halten.

Die Homepage von SanLucar (www.sanlucar.com) stellt jedem einzelnen Stakeholder einen speziellen Kommunikationskanal mit Zugang zu den für ihn wichtigsten Informationen zur Verfügung. Verbraucher können sehen, welcher Supermarkt in ihrer Nähe unsere Produkte führt. Arbeitssuchende können ihre Bewerbung direkt an die Personalabteilung senden. Anbaupartner können unsere Anforderungen an Qualität und Nachhaltigkeit einsehen und Kunden können sich über Anbauregionen und Meisteranbauer informieren. Der SanLucar Blog, der mit seinen von SanLucanern geschriebenen Artikeln seit 2009 eine persönliche Note in unser Internetangebot bringt, wurde in die neue Homepage integriert, für einen direkten und persönlichen Austausch mit SanLucar.



Mit unserer Facebook-Seite halten wir Kontakt zu Kunden und Verbrauchern. Sie stellt ein interaktives Kommunikationsinstrument dar. Beide Seiten können Informationen, Bedenken, Beschwerden und Erfahrungen über SanLucar Früchte austauschen. Facebook ist auch der ideale Kanal, Feedback über neue Projekte zu erhalten und um Aktionen durchzuführen. Mit mehr als 8.000 Fans ist Facebook für SanLucar mittlerweile ein unverzichtbares Medium, um sich mit seiner Community auszutauschen.

Es ist aber nicht das einzige soziale Netzwerk, in dem SanLucar präsent ist. Bei Twitter haben wir den Account »Fruity Facts« (<http://twitter.com/fruityfacts>) ins Leben gerufen. Hier werden unbekannte oder unerwartete Tatsachen über Obst und Gemüse veröffentlicht. Und natürlich haben wir auch auf Youtube einen eigenen Kanal, auf dem alle SanLucar Filme zu sehen sind (<http://www.youtube.com/user/SanLucar2009>).

SanLucar Schulungsreisen – wir bringen den Supermarkt aufs Feld



Unser Vertrieb verfügt über exzellentes Fachpersonal. Es arbeitet mit großer Leidenschaft und verfügt über ein breites Wissen zu Obst und Gemüse und dessen Kultivierung. Das Fachpersonal kann und soll sein Wissen an den Kunden weitergeben. Denn nur wenn die Mitarbeiter in den Supermärkten unsere Produkte gut kennen, können sie Verbraucher auch adäquat informieren. Aus diesem Grund investiert SanLucar in die kontinuierliche Fachausbildung des Verkaufspersonals unserer Vertriebspartner. Wir wollen schließlich sicher sein, dass wir durch echte Obst- und Gemüse-Profis repräsentiert werden.

Aus diesem Grund reisen wir mehrmals jährlich mit dem Supermarkt-Fachpersonal in verschiedene Anbauregionen. Hier werden die Mitarbeiter aus erster Hand in die Geheimnisse der Kultivierung des besten Obstes und Gemüses eingeweiht, seien es Trauben in Süditalien, Clementinen in Spanien oder Äpfel in Österreich. Die Schulungsreisen sind nicht nur ein besonderes Ausbildungsangebot für das Verkaufspersonal, sie bieten auch die Möglichkeit, die Philosophie und die Werte von SanLucar an unsere Partner weiterzugeben und eine Verbindung zwischen Produzent und Verkäufer zu schaffen.

Seit 2005 haben mehr als 1.000 Mitarbeiter von deutschen und österreichischen Supermärkten unsere Anbaupartner besucht.

Während der Kampagne 2011/2012 haben wir folgende Ausbildungsreisen durchgeführt:

| Wann | Wer | Wo |
|------------------|--------------------|----------------------------|
| 12. - 16.07.2011 | Fresaflo (ES) | Köln, Ettlingen, München |
| 19. - 21.07.2011 | Merkur (AT) | Giuliano, Bari |
| 17. - 20.08.2011 | Doego (DE) | Giuliano, Bari |
| 17. - 19.10.2011 | Rewe Richrath (DE) | Gößl, Steiermark |
| 19. - 21.10.2011 | Scheck-In (DE) | Gößl, Steiermark |
| 13. - 15.11.2011 | Merkur (AT) | Llugar, Castellón/Valencia |
| 20. - 22.11.2011 | Dornseifer (DE) | Llugar, Castellón/Valencia |
| 27. - 29.11.2011 | Billa (AT) | Llugar, Castellón/Valencia |
| 15. - 17.03.2012 | Wasgau (DE) | Fresaflo, Huelva |
| 20. - 22.04.2012 | Edeka (DE) | Fresaflo, Huelva |
| 20. - 22.05.2012 | Adeg (AT) | Fresaflo, Huelva |

Wir sind sicher, dass diese Ausbildungsmethode ein nützliches Hilfsmittel ist. Nur motivierte und gut ausgebildete Verkäufer können den Verbraucher so umfangreich über Obst und Gemüse informieren, wie es diese Nahrungsmittel verdienen. Das Feedback, das wir erhalten, zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind:

»Ich habe von den Feldern Bilder ausgedruckt – ein Teil unserer Promoter ist heute schon aktiv und erklärt Kunden und Mitarbeitern den Mehrwert von SanLucar. Das kommt gut an!«

Christian Deisenroth (Wasgau)

»Wir sind überzeugt, dass diese Reise alle Teilnehmer einmal mehr motiviert, sich noch engagierter in unsere Tests einzubringen.«

Bernhard Schnitzer (Edeka-Testmärkte)

»Ein dicht geplantes, für alle Teilnehmer abwechslungsreiches, interessantes Programm mit professionellster Betreuung ohne jegliche Zwischenfälle verdient Respekt auf allen Ebenen und stellt eindrucksvoll die SanLucar Philosophie dar.«

Roland Bartel (REWE International AG Gruppenleiter Category Management Obst & Gemüse ADEG)



José Luis Jiménez, Gemüseanbauer in Almería

7 Die Natur – unser wichtigster Partner



- Im Einklang mit der Natur
- Schutz der Atmosphäre
- Innovatives Packaging
- Green Office

Ökologische Nachhaltigkeit ist für SanLucar nicht nur ein Werbeslogan. Seit der Unternehmensgründung steht ein respektvoller Umgang mit der Umwelt für uns an erster Stelle. Die Standorte für unsere Anbauflächen werden so ausgewählt, dass sie neben besten Wachstumsbedingungen auch eine ressourcenschonende Bewirtschaftung zulassen. Für SanLucar ist die Natur ein unverzichtbarer Partner, den wir respektieren und während des gesamten Lebenszyklus unserer Früchte pflegen. Denn nur so erhalten wir Obst und Gemüse in der Qualität und mit dem Geschmack, wie wir es an unsere Kunden weitergeben möchten.

7.1 Im Einklang mit der Natur

Der Einsatz von neuen Technologien, um Ressourcen zu sparen (Ökoeffizienz), die Umsetzung nachhaltiger landwirtschaftlicher Methoden, Maßnahmen zum Schutz von Ökosystemen und Recycling spielen eine wichtige Rolle bei der Umsetzung unserer Umweltpolitik.



Die Natur in unserer Wertschöpfungskette

Jedes Gebiet der Erde verfügt über charakteristische Klimazonen und Bodeneigenschaften, die Pflanzenentwicklung, Energieaufwand und Nährstoffbedarf beeinflussen. Somit ist die richtige Auswahl des Anbaugebietes eine unabdingbare Voraussetzung für eine ökologisch und ökonomisch nachhaltige Produktion. Denn nur so können natürliche Ressourcen geschont und der Einsatz chemischer Substanzen reduziert werden. Der Anbau bei SanLucar berücksichtigt die Bedürfnisse der Pflanzen auf natürliche Weise. Wir suchen Synergien mit der Natur und zeigen gleichzeitig Respekt gegenüber der Umwelt.

Der gesamte Prozess von der Sortenauswahl bis zur Qualitätskontrolle erfordert einen enormen Aufwand, der nur von echten Experten zu leisten ist. Die Experten sind unsere Anbauer zusammen mit unseren Technikern, die die Vorgänge der Natur kennen.

Dafür entwickeln wir verschiedene Maßnahmen entlang unserer Wertschöpfungskette, die unsere Nachhaltigkeitsverpflichtungen unterstützen:

1. Wasser: Minimierung des Wasserverbrauchs

- Unsere Anbauflächen werden mit Hilfe von effizienten Bewässerungssystemen kultiviert, die den Verbrauch des Wassers verringern:
 - Aufbereitung und Wiederverwendung des Drainagewassers
 - Tröpfchenbewässerung auf unseren Feldern
 - Nutzung des Regenwassers durch Auffangbecken
- Auf unseren Feldern sind Feuchtigkeitssensoren installiert worden, um die Bewässerung und Düngung zu optimieren. So werden auch Auswaschungen so gut es geht reduziert.
- Das Klimadaten-Management hilft uns, die Bewässerung zu optimieren (z. B. bei Giuliano).
- Auf unseren Zitrusanbauflächen haben wir Matten ausgelegt, die das Wachsen von Wildkräutern vermindern. Gleichzeitig wird die Wasserverdunstung reduziert und somit der Anteil an Feuchtflächen erhöht. Die Feuchtigkeit und die Wärme verbessern die Entwicklung des Wurzelsystems und reduzieren den Wasser- und Düngerverbrauch. Der Wirkungsgrad wird um ca. 20 Prozent verbessert.



2. Boden: Struktur und Bodenleben erhalten

- Es werden Praktiken angewandt, die ohne Bodenbearbeitung auskommen. So wird die Bodenstruktur bewahrt und die Erosion vermindert.
- Die Bodentextur wird berücksichtigt. Auf diese Weise werden negative Auswirkungen des Regens vermindert.
- Organisches Material, das beim Rückschnitt anfällt, wird zerkleinert und auf dem Boden ausgebracht. Dies erhöht den Anteil des organischen Materials und verbessert die Bodenstruktur.

3. Emissionen: Verminderung der Treibhausgase

- Wir berechnen den CO₂-Fußabdruck einzelner Produkte, um die Auswirkungen unserer Aktivitäten besser zu kennen und Prozesse zu verbessern. Nur so können wir gezielt Lösungsansätze finden. Derzeit berechnen wir den CO₂-Fußabdruck von unseren Zitronen aus Murcia zusammen mit einem Beratungsunternehmen aus diesem Bereich. Unser Ziel ist es, die CO₂-Emissionen direkt entlang unserer Wertschöpfungskette zu reduzieren oder Kompensationsprojekte in unseren Anbauländern zu initiieren.
- Innovation beim Packaging: Unsere Light Weight Box® ist aus gewelltem Karton und somit leichter und ökologischer.

4. Energie: Verminderung des Energieverbrauchs und Nutzung erneuerbarer Energiequellen

- Tunesien: Energieaudit in der Kampagne 2011/2012, um gezielte Verbesserungsmaßnahmen durchzuführen. Nutzung von geothermaler Energie als natürliche Energiequelle.
- Spanien: Ausbildung für die Mitarbeiter in effizienter Fahrweise zur Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs. Im September 2012 startet unsere Online-Mitfahrbörse: Carpooling.
- Innovationen beim Packaging: Reduzierung des Verpackungsgewichts und -volumens, so kann die Menge an Kisten pro LKW erhöht werden und folglich wird Kraftstoff eingespart.
- Beim Zitrusanbau: schrittweise Erneuerung unseres Maschinenparks, um den Treibstoffverbrauch zu reduzieren.

5. Schutz der Kulturen

- Wir reduzieren ständig den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln, indem wir die Anzahl der Behandlungen verringern und die Anwendung besonders umweltschädlicher Produkte ganz ausschließen.
- Durch die gezielte Ausbringung und Menge an Behandlungen kann der Einsatz bis zu 30 Prozent reduziert werden, mit geringeren bis keinen Rückständen auf dem Endprodukt.
- F&E+I: Versuchsfeld mit Zitronen in Murcia, das unter den Kriterien eines von SanLucar entwickelten Protokolls angebaut wird, mit dem Ziel »Null-Rückstände«. Das Versuchsfeld besteht bereits seit 2009 und wurde nach den zufriedenstellenden Ergebnissen von den Kampagnen 2009/2010 und 2010/2011 erweitert. Das Ziel des Protokolls ist es, keine chemischen Behandlungen anzuwenden, außer im Falle eines massiven Schädlingsbefalls.
- »Null-Rückstände«: In der Kampagne 2011/2012 haben wir die Anbauflächen nach dem Protokoll »Null-Rückstände« erhöht, ohne dass die externe Qualität der Produkte gegenüber unter herkömmlichen Methoden angebauten verringert wurde. Damit unsere Produkte »Null-Rückstände« enthalten, stützen wir uns auf Folgendes:

- Die Ausbringung der einzelnen Wirkstoffe wird ausgewertet, um den Einsatz der gesetzlich erlaubten Pflanzenschutzmittel bei Zitrusfrüchten festzuhalten. Nur wenn ein hoher Ernteverlust droht, greifen wir auf Behandlungen zurück. Und dies in den geringst notwendigen Mengen. Alle Behandlungen werden detailliert festgehalten und kontrolliert, damit sie keine negativen Auswirkungen haben. Das ist nicht nur eine notwendige Bedingung für eine gesunde Ernte, sondern hilft auch unseren Anbaupartnern.



- Wir bedienen uns biotechnischer Kontrollmethoden: Fallen zur Paarungsstörung, Naturprodukte, Rückschnitt, Bewässerung und Düngung und die Freisetzung von Nützlingen zur Schädlingsbekämpfung.
- Forschung & Entwicklung: Wir führen Versuche in unseren eigenen Parzellen durch. Dort erproben wir neue biologische Produkte, um den Einsatz chemischer Produkte weiter zu reduzieren.

6. Recycling: Abfallvermeidung und Abfallmanagement

- Die von uns produzierten Nebenprodukte oder Abfälle werden durch autorisierte Unternehmen recycelt und entsorgt.
- Wir schonen die Umwelt durch ein besseres Verständnis der Auswirkungen unserer Büroaktivitäten (Mülltrennung und -recycling, Maßnahmen zur Reduzierung des Papier- und Energieverbrauchs).

7. Schutz der Biodiversität

- Mit unseren »Null-Rückstände« Projekten und durch die Reduzierung von chemischen Behandlungen schützen wir die Biodiversität unserer Ökosysteme. In der Natur finden sich viele nützliche Insekten, die helfen, Schädlinge zu kontrollieren. Schädlinge übertragen Pflanzenkrankheiten und gefährden die Qualität der Produktion oder die gesamte Ernte.
- Ein gut geplantes Produktionssystem respektiert die natürliche Fauna, die Umwelt, die Gesundheit der Arbeiter, die lokalen Gemeinden und den Verbraucher. Sie nutzt vor allem den Einsatz nützlicher Insekten. Erst wenn sich zeigt, dass diese nicht in der Lage sind, den Schädlingsbefall zu kontrollieren, werden alternative Produkte in geringen Mengen eingesetzt. Sie richten sich allein gegen die Schädlinge und bauen sich während der Wachstumsphase der Pflanze vollständig ab.



Gespräch mit Carmen Nicolás, Direktorin für Qualität und Produktion bei SanLucar

Was bedeutet Qualität für SanLucar und für dich als Direktorin für Qualität und Produktion?

Qualität bedeutet absolute Zufriedenheit eines jeden Kunden. Sie beruht auf vielen Faktoren, etwa auf einer exzellenten geschmacklichen Qualität, einer Frischegarantie, einem differenzierten äußeren Erscheinungsbild und einer Verpackung, die sowohl die Qualität des Produktes erhält als auch es im Verkauf attraktiv macht. Sorgfalt gegenüber der Umwelt und gesellschaftlichen Aspekten im gesamten Produktzyklus spielt ebenfalls eine große Rolle, angefangen bei der Pflanzung bis hin zum Verkauf.

Wie unterscheidet sich ein SanLucar Produkt von einem anderen? Was unterscheidet uns von der Konkurrenz?

Uns unterscheiden die Entwicklung und die Auswahl der Sorten zum Erntezeitpunkt, wobei die Auswahl der exklusiven externen Qualität und eine aussergewöhnliche Produktpräsentation wichtig sind.

Wie stellt SanLucar die Kontrolle seiner Wertschöpfungskette sicher?

Unsere technischen Experten kontrollieren jeden Punkt unserer Wertschöpfungskette. Für uns ist nicht nur ein »OK« am Ende wichtig, sondern ein »OK« an jedem Punkt und in jeder Phase. Darum setzen wir auch so viel Zeit, Kraft und Kontrollen ein, damit für die Sicherheit des Produktes gesorgt ist.

Es gibt in unserem Sektor Unternehmen, die als »Polizisten« in ihrer Wertschöpfungskette auftreten. Andere setzen auf Vertrauen und gute Beziehungen. Was ist der Stil von SanLucar und seinen Qualitätstechnikern, um beste Produkte mit höchster Qualitätsgarantie sicherzustellen?

»MIT UNSEREN ANBAUERN HABEN WIR EINE VERTRAUENSVOLLE BEZIEHUNG AUFGEBAUT.«



Unsere Anbauer sind schon seit langer Zeit Partner. Wir müssen unsere exzellente Beziehung pflegen, um das zu erreichen, was wir für richtig halten, das heißt, unsere Qualitätsanforderungen zu erfüllen. Mit unseren Anbauern haben wir eine vertrauensvolle Beziehung aufgebaut. Wir stehen ihnen zur Seite, anstatt sie zu kontrollieren.

2011 war ein schwieriges Jahr für die Landwirtschaft. Was bedeutete z. B. der EHEC-Alarm für die Arbeit der Qualitätsabteilung?

Der EHEC-Alarm in Deutschland war für uns eine Gelegenheit, bei der wir die 100-prozentige Zuverlässigkeit unseres Kontrollsystems beweisen konnten. In weniger als vier Tagen standen für alle unsere Kunden Analysen und Unterlagen zur Rückverfolgbarkeit zur Verfügung. So konnten wir garantieren, dass unsere gesamte Ware sowohl am Bestimmungsort als auch auf dem Transit bezüglich der Lebensmittelsicherheit einwandfrei war. Und dabei sprechen wir von 80 Produkten von 400 Produzenten in 35 Ländern.

SanLucar setzt auf Innovation, ohne die Tradition aus den Augen zu verlieren. Was bedeutet das deiner Meinung nach?

Wir sind innovativ bei der Verbesserung des Pflanzenmaterials, der Produkthaltbarkeit oder bezüglich der Produkteigenschaften. Dasselbe gilt für neue Anbautechniken, die umweltfreundlicher sind und gleichzeitig die Versorgungs-

sicherheit erhöhen. Aber wir setzen auch weiterhin auf eine sorgfältige Ernte, das Abwarten des richtigen Zeitpunkts und ein System ohne großen Technologieinsatz.

Was waren die wichtigsten Projekte der Qualitätsabteilung in der Kampagne 2011/2012?

Das Einführen eines eigenen SanLucar Qualitätssiegels, die Unternehmenszertifizierung, das Projekt »Null-Rückstände«, das auf den gesamten Bereich der Zitrusfrüchte ausgeweitet werden soll, und das CO₂-Fußabdruck-Projekt.

Ein Blick in die Zukunft: Welche Projekte sind für die nächste Kampagne geplant?

Wir wollen eine neue kernlose Zitronensorte herausbringen. Dann möchten wir ein Versuchsfeld für all unsere Beeren anlegen. Dort sollen nicht nur neue Sorten, sondern auch neue Kultivierungstechniken erprobt werden. Die Ziele sind, die Optimierung der Anbaumethode, die Reduzierung der Auswertungen und die Effizienzerhöhung. Außerdem soll ein neues, ausfahrbares Dach getestet werden, um den Faktor Klimaschutz zu verbessern: Gutes Wetter wird ausgenutzt, bei schlechtem wird die Kultur geschützt.



7.2 Schutz der Atmosphäre

Neben den Verbesserungen auf unseren Anbauflächen und innovativen Maßnahmen beim Packaging soll die Atmosphäre geschützt werden, indem wir unser Logistiksystem optimieren.

Durch unser im Jahr 2011 in Betrieb genommenes Logistikzentrum in Ettlingen wird die Kontrolle über die Auslastung der LKWs verbessert. Der Transporteur liefert nun eine größere Menge an Paletten desselben Anbaupartners. Somit vermindert sich die Anzahl der Orte, an denen er auf seiner Route abladen muss. Außerdem können so Sammelguttransporte vermindert werden und man hat ein besser kontrolliertes Transportsystem.

Darüber hinaus benutzt das Kühlsystem in Ettlingen keine fluorierten Kühlmittel,

sondern Wasser, da Wasserdampf einen geringeren Einfluss auf die globale Erwärmung hat. Zudem ist es ozonfreundlicher als fluoriertes Kühlmittel.

Momentan arbeitet SanLucar an seinem Pilotprojekt, der Berechnung und Kompensierung des CO₂-Fußabdrucks auf Basis der gemeinsamen Standards (PAS 2050) bei der Zitrone.

7.3 Innovatives Packaging

SanLucar hat eine eigene Abteilung mit Verpackungsspezialisten, die sich ausschließlich um Innovation und Entwicklung von SanLucar Verpackungen kümmern. Sie sind echte Fachleute, wenn es um Verpackungsmaterial und deren Herstellung geht.

Wir haben eine Verpflichtung gegenüber der Umwelt. Deshalb entwickeln wir Projekte, um unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und bei der weltweiten Produktion von SanLucar die Umwelt weniger zu schädigen.

Leichtere und ökologischere Verpackungen aus Wellpappe

Die SanLucar Light Weight Box® schont Ressourcen, weil sie:

- zwischen 5 und 15 Prozent leichter ist. Sie wird aus hochwertigem Birkenholzpapier gewonnen, das trotz seiner Leichtigkeit sehr stabil ist.
- aus PEFC-zertifiziertem Holz mit Ursprungszertifikat hergestellt wird, das aus Wäldern in Schweden stammt, wo Papierzellstoff produziert wird. Auf diese Weise tragen wir dazu bei, dass unsere Wälder nachhaltig bewirtschaftet werden.
- weniger natürliche Ressourcen benötigt: Die Light Weight Box® hat dasselbe Fassungsvermögen wie herkömmliche Kisten, wiegt aber deutlich weniger. So wird sowohl die Rohstoffmenge als auch das Volumen an Abfallstoffen pro Kiste reduziert.
- weniger chemische Substanzen benötigt: Für das Bedrucken der Light Weight Box® wird nur eine einzige Tintenfarbe benutzt, um den Umwelteinfluss gering zu halten.
- die CO₂-Emission verringert: Da die Kiste leichter ist, reduziert sich der beim Transport entstehende CO₂-Ausstoß.



Wenn man ausschließlich den direkten Emissionsausstoß während des Transportes berücksichtigt, sparen wir 3,7 mg CO₂ pro transportiertem Karton. Vielleicht erscheinen diese Daten belanglos, aber wenn wir allein an eine einzige Kampagne von Zitrusfrüchten aus Spanien denken, so verwandeln sich diese 3,7 mg in 14.195 kg CO₂! Diese Zahl vermittelt eine Vorstellung davon, was wir bei einem jährlichen Verbrauch von 11 Millionen Verpackungen erreichen können.

Die Light Weight Box® wird schrittweise eingeführt. Im Jahr 2014 soll sie einen Anteil von 75 Prozent aller von SanLucar benutzten Kartons erreichen. Das sind circa 8,5 Millionen Stück.

Das Programm zur Plastikreduzierung bei unseren Primärverpackungen

In der kommenden Kampagne startet unser Programm zur Minderung des fossilen Rohstoffverbrauchs. Verpackungselemente wie Plastikschaalen werden durch 100-prozentig recycelbare und kompostierbare Wellpappe ersetzt.

Bei einem durchschnittlichen Verbrauch von acht Millionen Plastikbehältern pro Jahr können wir schätzungsweise 200 Tonnen Plastikmaterial einsparen. Unser Ziel ist es, 85 Prozent davon zu erreichen.

Eines dürfen wir dabei nicht aus den Augen verlieren: die beste Verpackungsqualität, um den Schutz der Produkte und die Einhaltung der Qualität vom Feld bis zum Verbraucher zu erhalten.



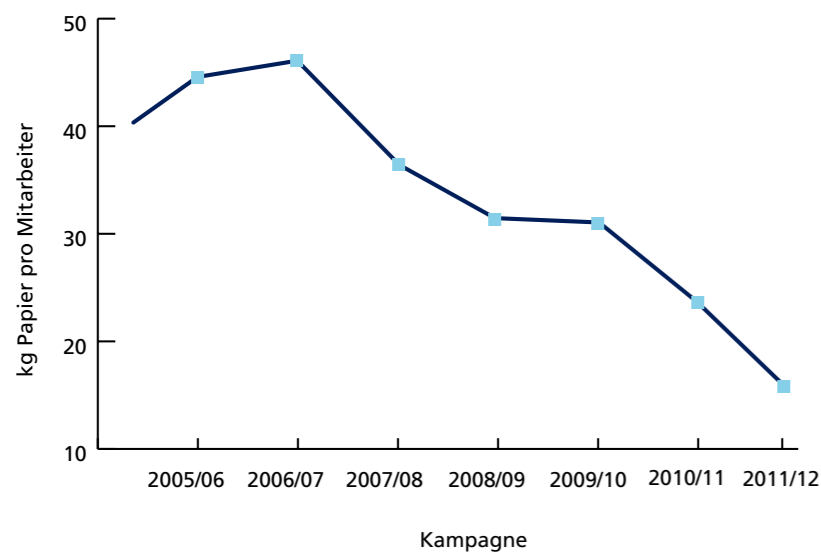
7.4 Green Office

Die Abteilungen Office Management, IT, Maintenance und CR haben 2011 das Projekt »Green Office« ins Leben gerufen, mit dem Vorsatz, 2015 ein »grünes Büro« zu haben. Dafür haben wir fünf Ziele festgelegt:

1. Ziel: Minimierung des Papierverbrauchs

Seit 2008 hat SanLucar kontinuierlich seinen Papierkonsum reduziert. Dies ist vor allem eine Folge der Einführung neuer Techniken im IT-Bereich. Fast jeder Arbeitsplatz verfügt über zwei Bildschirme, um so die Arbeit ohne Papier zu ermöglichen. Die ein- und ausgehenden Faxe werden nicht mehr automatisch ausgedruckt, sondern direkt im System AX abgespeichert.

Das Ergebnis ist positiv: Wir haben den Papierkonsum seit der Kampagne 2006/2007 um 56 Prozent pro Mitarbeiter reduziert!



Allerdings werden am Ende der Woche immer noch 80 Blätter an Ausschussmaterial aus den Druckern geholt. Unser Ziel ist es, dass nur das absolut Notwendige ausgedruckt wird, ohne dass Ausschussmaterial in den Druckern anfällt. Deswegen werden wir über die Monate Juli und August 2012 bei allen Computern die automatische Einstellung von zweiseitigem Druck und auch die neue Funktion des sicheren Ausdrucks einstellen.

2. Ziel: Erhöhung des Recyclinganteils

Am 5. Juni 2011 (weltweiter Umwelttag) haben wir in unserer Zentrale offiziell mit der Mülltrennung begonnen. Dazu haben wir die notwendigen Behälter an verschiedenen Stellen des Büros bereitgestellt: Container und Mülleimer in verschiedenen Farben und Formen. So können die SanLucaner die Verpackungen und die Behälter aus Plastik, aus Pappe und aus Glas, organischen Müll, Druckerpapier und verbrauchte Batterien etc. trennen.

SanLucar sorgt für die ordnungsgemäße Verwertung dieser Abfälle durch die Zusammenarbeit mit der integrierten Abfallwirtschaft, wie z. B. Ecopilas.

Seit dem Umzug unserer Vertriebsplattform nach Vall d'Uixó ist mit dem Recycling des gesamten Lagermaterials begonnen worden: Kartons, Holz, Plastik, Bänder etc. werden getrennt und von einer Recyclingfirma abgeholt.

3. Ziel: Ökologisches Büromaterial

Schrittweise werden Artikel durch ECO-LINES-Produkte verschiedener Hersteller oder durch schadstofffreie Alternativen ersetzt.

Zusätzlich arbeiten wir an der Reduzierung des Tonerconsums und anderen technischen Materials (DVD, CD).

4. Ziel: Minimierung des Energieverbrauchs

Auch bei der Benutzung der Klimaanlage und der Heizung achten wir auf die Umweltbelastung. So liegt die niedrigste Temperatur in unseren Räumen während der wärmsten Zeit bei 25° C und in den Wintertagen bei nur 21° C. In den Zeiten, in denen eine angenehme Temperatur draußen herrscht, benutzen wir die natürliche Belüftung.

Des Weiteren konnten wir durch die Optimierung der Systeminfrastruktur (IT) viel Energie einsparen. Die Verlängerung der Gerätelebensdauer und der Kauf von effizienteren Geräten ermöglichten uns eine exponentielle Stromersparung. Auch fördert SanLucar das Verhalten zum Energiesparen, wie z. B. das Ausschalten von Computern und Bildschirmen, sobald man den Arbeitsplatz für mehr als drei Stunden verlässt, das Ausnutzen von Energiespareinrichtungen und natürlich: Der Letzte macht das Licht aus!

Schließlich setzen wir bei zukünftigen Modernisierungsmaßnahmen auf die neueste Technologie der Gebäudeautomation und auf bioklimatische Architektur (sektorspezifische Beleuchtung, Bewegungsmelder etc.).

5. Ziel: Eine ökologische Kultur fördern

Die gesamten Projekte von »Green Office« stützen sich auf eine Grundlage der Sensibilisierung gegenüber der Umwelt. Der SanLucaner versteht, dass schon die kleinen täglichen Gesten zum Umweltschutz wichtig sind für unsere zukünftigen Generationen.

In Tagungen, Vorträgen, Plakaten und internen Artikeln arbeiten wir daran, diese Kultur an alle SanLucaner weiterzugeben und sie zu sensibilisieren.





8 Anhänge



Anhang 1. GRI-Tabelle

| Verantwortungsbereich | Indikatoren | | Ergebnisse der Kampagne 2011/2012 oder Stelle im CR-Bericht |
|--|-------------|---|---|
| | Code | Definition | |
| Allgemeine Indikatoren | | | |
| Executive Board | 1.1. | Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation über den Stellenwert der Nachhaltigkeit für die Organisation und im Rahmen ihrer strategischen Ausrichtung. | Vorwort von Stephan Rötzer, Gründer und Inhaber von SanLucar |
| Executive Board | 1.2 | Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen. | SanLucar verfügt über ein Risikomanagementsystem, das die Risiken, denen das Unternehmen ausgesetzt ist, auswertet und darauf abzielt, diese zu lindern. Es existieren Risiken im Zusammenhang mit der Vermarktung, rechtliche Risiken, Imagerisiken und länderspezifische Risiken (wie zum Beispiel politische Konflikte). Hinter jedem Risiko steckt auch eine Chance in Bezug auf das Management für die konstante Verbesserung. Siehe Kapitel 2.5 |
| Executive Board | 2.1 | Name der Organisation. | SanLucar Fruit, S.L., zugehörig zur Grupo Consolidado SanLucar Fruit S.L. (konsolidierte Gruppe) |
| Brand | 2.2 | Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen. | Marke SanLucar Andere: Sunnyboy, Sunnyberries, Clemenred Kapitel 1 |
| Human Resources | 2.3 | Organisationsstruktur einschließlich der Hauptabteilungen, der verschiedenen Betriebsstätten, Tochterunternehmen und Joint Ventures. | Kapitel 1.3 |
| Human Resources | 2.4 | Hauptsitz der Organisation. | Serra Llarga 24, 46530 Puzol |
| Resources Area, Quality & Production und Commercial Area | 2.5 | Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist, und Namen der Länder, in denen Hauptbetriebsstätten angesiedelt sind oder die für die im Bericht abgedeckten Nachhaltigkeitsthemen besonders relevant sind. | Kapitel 1.2 |
| Legal Services | 2.6 | Eigentümerstruktur und Rechtsform. | SanLucar Fruit S.L. |
| Commercial Area | 2.7 | Märkte, die bedient werden (einschließlich einer Aufschlüsselung nach Gebieten, abgedeckten Branchen und Kundenstruktur). | Kapitel 1 und 6 |

| | | | |
|-----------------------------|------|--|--|
| Human Resources und Finance | 2.8 | Größe der berichtenden Organisation. | Kapitel 1 und 3 Anhang 3 |
| Executive Board | 2.9 | Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse im Berichtszeitraum. | Neustrukturierung der Abteilungen und Bereiche von SanLucar, Kauf der Produktionsstätte in Südafrika im März 2012 und der Umzug von unserem Lager von Puzol nach Vall d'Uixó (Castellón) im Mai 2012. |
| Alle Abteilungen | 2.10 | Im Berichtszeitraum erhaltene Preise. | FIPA Award 2012 Tunesien. Anerkennung von ENGAGE und dritter Platz der Codespa-Auszeichnung. |
| CR | 3.1 | Berichtszeitraum (z. B. Haushaltsjahr/Kalenderjahr) für die im Bericht enthaltenen Informationen. | Kampagne 2011/2012 (Steuerjahr von Juli 2011 bis Juni 2012) |
| | 3.2 | Veröffentlichung des letzten Berichts, falls vorhanden. | Veröffentlichung im September 2011 |
| | 3.3 | Berichtszyklus (jährlich, halbjährlich usw.). | Pro jährliche Kampagne |
| | 3.4 | Ansprechpartner für Fragen zum Bericht und zu seinem Inhalt. | Anhang 4 |
| | 3.5 | Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts. | Vorwort Vielfalt: unsere Basis für langfristige Stabilität |
| | 3.6 | Berichtsgrenze (z. B. Länder, Abteilungen, Tochterunternehmen, gepachtete Fabriken, Joint Ventures, Zulieferer). | SanLucar Fruit S.L., SanLucar Deutschland GmbH, SanLucar Import GmbH, SanLucar Vertrieb, SanLucar Obst und Gemüse Handels GmbH, SanLucar Portugal Sociedade Unipessoal LDA und La Cinquième Saison SA |
| | 3.7 | Geben Sie besondere Beschränkungen des Umfangs oder der Grenzen des Berichts an. | Es gibt Aktivitäten, die nur in SanLucar Fruit, S.L. realisiert werden, und anwendbare Indikatoren. |
| | 3.8 | Die Grundlage für die Berichterstattung über Joint Ventures, Tochterunternehmen, gepachtete Anlagen und ausgelagerte Tätigkeiten sowie andere Einheiten, die die Vergleichbarkeit der Berichtszeiträume oder der Angaben für verschiedene Organisationen erheblich beeinträchtigen kann. | Die in diesem Bericht enthaltenen Informationen beziehen sich hauptsächlich auf SanLucar Fruit S.L., SanLucar Deutschland GmbH, SanLucar Import GmbH, SanLucar Vertrieb, SanLucar Obst und Gemüse Handels GmbH, SanLucar Portugal Sociedade Unipessoal LDA und La Cinquième Saison SA. |

| | | | |
|----------------|------|--|--|
| | 3.9 | Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen für Daten, die für Indikatoren und andere Informationen im Bericht verwendet werden, einschließlich der den Schätzungen zugrunde liegenden Annahmen und Techniken. | Die Berechnung der Indikatoren geschieht auf Grundlage unseres internen Managementsystems und des Protokolls der Global Reporting Initiative. |
| | 3.10 | Erläutern Sie, welche Auswirkung die neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten hat und warum die Informationen neu dargestellt wurden (z. B. Fusionen/Übernahmen, neue Referenzjahre/-zeiträume, Art des Geschäfts, Messmethoden). | Trifft nicht zu, da es das erste Jahr ist, in dem wir die GRI-Methode für den CR-Bericht anwenden. |
| | 3.11 | Wesentliche Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der verwendeten Messmethoden gegenüber früheren Berichtszeiträumen. | |
| | 3.12 | Der Index gibt in Form einer Tabelle an, an welcher Stelle im Bericht die Standardangaben enthalten sind. | Inhalt CR-Bericht und Tabelle im Anhang |
| | 3.13 | Richtlinien und zurzeit angewendete Praxis werden durch externe Dritte (unter Angabe über das Verhältnis zwischen dem informierenden Unternehmen und dem Prüfer) überprüft und bestätigt. | Dieser Bericht wurde nach dem GRI-Standard Version 3.1 selbst überprüft. Die Anwendungsebene A für den Bericht ist vom Unternehmen selbst erklärt worden. |
| Resources Area | 4.1 | Unter Corporate Governance wird hier die Führungsstruktur der Organisation verstanden. Dazu zählen auch Ausschüsse unter dem obersten Leitungsorgan, die für bestimmte Aufgaben, wie z. B. die Erarbeitung von Strategien oder die Aufsicht über die Organisation, zuständig sind. | SanLucar hat einen Strategieplan erstellt, in dem die Unternehmensziele definiert werden. Das höchste Führungsorgan besteht aus Stephan Rötzer, Carlos Seguí, Jorge Peris, Santiago Galán und Jaime Olleros (externer Berater). Somit gibt es ein Komitee der Geschäftsleitung, das sich mindestens einmal im Jahr trifft und sowohl informative als auch beratende Tätigkeiten übernimmt. |

| | | | |
|----------------|-----|--|--|
| | 4.2 | Geben Sie an, ob der Vorsitzende des höchsten Leitungsorgans gleichzeitig Geschäftsführer ist. Falls dies der Fall ist, sollten seine Position im Management der Organisation und die Gründe für diese Regelung angegeben werden. | Stephan Rötzer ist CEO, Gründer und Inhaber von SanLucar |
| | 4.3 | Für Organisationen ohne Aufsichtsrat geben Sie bitte die Anzahl und das Geschlecht der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans an, die unabhängig oder keine Mitglieder der Executive Board sind. | Siehe Indikator 4.1 Siehe Anhang 3 des CR-Berichts – Daten über die Mitarbeiter – Zusammensetzung der Komitees der Geschäftsleitung und das der Führungskräfte |
| CR | 4.4 | Mechanismen für Inhaber von Anteilen und für Mitarbeiter, um Empfehlungen oder Anweisungen an das höchste Leitungsorgan zu adressieren. | Für die Mitarbeiter gibt es eine Vielzahl von Mechanismen in der Zentrale: Plattform für Vorschläge im SA8000, HR, CIA, Arbeitnehmervvertretung. In den restlichen Firmen befinden wir uns noch in der Einführungsphase. |
| Resources Area | 4.5 | Zusammenhang zwischen der Bezahlung der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans, der Direktoren sowie der Führungskräfte (einschließlich Abfindungen) und der Leistung der Organisation (einschließlich der gesellschaftlichen/sozialen und der ökologischen Leistung). | Existiert nicht, wird aber im kommenden Strategieplan berücksichtigt. |
| | 4.6 | Bestehende Mechanismen des höchsten Leitungsorgans zur Vermeidung von Interessenskonflikten. | Dieser Aspekt wird im Strategieplan (der momentan erstellt wird) berücksichtigt. |
| | 4.7 | Prozess zur Bestimmung der Qualifikation und Erfahrung der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans, unter Berücksichtigung von Geschlecht und anderen Indikatoren für Vielfalt. | |
| CR | 4.8 | Intern entwickelte Leitbilder, interner Verhaltenskodex und Prinzipien, die für die ökonomische, ökologische und gesellschaftliche/soziale Leistung der Organisation von Bedeutung sind sowie die Art und Weise der Umsetzung. | Kapitel 2.2 SanLucar verfügt seit 2011 über eine integrierte Politik, die Aspekte aus den Bereichen Personal, Qualität, Umwelt und Nachhaltigkeit enthält. |

| | | | |
|-----------------------|------|---|--|
| Resources Area | 4.9 | Verfahren des höchsten Leitungsorgans zur Überwachung der ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen/sozialen Leistungsermittlung und -steuerung der Organisation, einschließlich der Überwachung maßgeblicher Risiken und Chancen sowie der Einhaltung international vereinbarter Standards, Verhaltensregeln und Prinzipien. | Jährliche Ausarbeitung und Genehmigung des CR-Berichts. Die Führungsebene muss die Unternehmenspolitik genehmigen und das integrierte Managementsystem ständig kontrollieren. |
| | 4.10 | Verfahren zur Leistungsbewertung des höchsten Leitungsorgans selbst, insbesondere im Hinblick auf die ökonomische, ökologische und gesellschaftlich/soziale Leistung. | Dieser Aspekt wird im Strategieplan (der momentan erstellt wird), berücksichtigt. |
| Risk Committee | 4.11 | Erklärung, ob und wie der Vorsorgeansatz bzw. das Vorsorgeprinzip von der Organisation berücksichtigt werden. | Kapitel 2.5 Risikomanagement Das integrierte Managementsystem von SanLucar legt die Mechanismen für exzellentes Management in Bezug auf die Vorhersage von Risiken und die kontinuierliche Verbesserung fest. |
| CR | 4.12 | Extern entwickelte ökonomische, ökologische und gesellschaftlich/soziale Vereinbarungen, Prinzipien oder andere Initiativen, die die Organisation unterzeichnet bzw. denen sie beigetreten ist. | Unterzeichnung des Global Compact und des Vielfaltplans Kapitel 2.4 und 5 |
| CR und Resources Area | 4.13 | Mitgliedschaft in Verbänden (wie z. B. Branchenverbänden) bzw. nationalen/internationalen Interessenvertretungen. | Kapitel 2.4 -> SanLucar handelt! Kapitel 5.1 -> SanLucar mischt mit! |
| CR | 4.14 | Liste der von der Organisation einbezogenen Stakeholder-Gruppen. | Im Juli 2010 hat SanLucar eine Stakeholder-Analyse durchgeführt, die im April 2012 in einem Workshop mit UPJ überprüft und verbessert wurde. So planen und archivieren wir alle Protokolle des Stakeholder-Dialoges und integrieren sie in unserem Managementsystem SA8000. Siehe Vorwort und Kapitel 2.3 |
| | 4.15 | Grundlage für die Auswahl der Stakeholder, die einbezogen werden sollen. | |
| | 4.16 | Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern, einschließlich der Häufigkeit der Einbeziehung unterschieden nach Art und Stakeholder-Gruppe. | |

| | | | |
|--|------|---|---|
| | 4.17 | Wichtige Fragen und Bedenken, die im Dialog mit Stakeholdern aufgeworfen wurden, und Angaben, wie die Organisation auf diese Fragen und Bedenken – auch in der Berichterstattung – eingegangen ist. | Kapitel 2.3 -> Das Modell »Von innen nach außen« Kapitel 4 -> Stakeholder: Mitarbeiter Kapitel 5 -> Stakeholder: Anbauer Kapitel 6 -> Stakeholder: lokale Gemeinde Kapitel 7 -> Stakeholder: Kunden und Konsumenten Kapitel 8 -> Stakeholder: Umwelt |
|--|------|---|---|

| Verantwortungsbereich | Indikatoren | | Ergebnisse der Kampagne 2011/2012 oder Stelle im CR-Bericht |
|------------------------------------|-------------|---|---|
| | Code | Definition | |
| Wirtschaftliche Indikatoren | | | |
| Finance | EC1 | Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert, einschließlich Einnahmen, Betriebskosten, Mitarbeitergehältern, Spenden und anderer Investitionen in die Gemeinde, Gewinnvortrag und Zahlungen an Kapitalgeber und Behörden (Steuern). | Siehe Anhang 3 |
| CR | EC2 | Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Aktivitäten der Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen. | Messung des Karbonfußabdrucks unserer Produkte, angefangen mit unseren Zitronen. Klimatische oder meteorologische Veränderungen, inklusive folgender Risiken: Gewitter, Umgebungstemperatur, Wasserverfügbarkeit, gesundheitliche wie auch produktionsbedingte Einflüsse auf Arbeitskräfte. Alle diese Risiken sind im SanLucar Risikomanagementsystem mit aufgenommen. |
| Human Resources | EC3 | Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen. | Pensionsplan, Lohnzuschläge bei schulischer Weiterbildung, ärztliche Versicherung und andere soziale Vorteile für die Mitarbeiter. Siehe Kapitel 3 und 5.3 |
| Finance und Legal Services | EC4 | Bedeutende finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand. | Subventionen öffentlicher Einrichtungen. Vom Gesundheitsministerium, Ministerium für Soziales und Staatssekretär für Gleichheit für die Einführung des Gleichberechtigungsplans -> 7.740 Euro Vom VEX (Valencianische Institut für Export) und vom Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung zur Unterstützung beim Export und bei der Einführung einer internationalen Marke -> 90.430,72 Euro |
| Human Resources | EC5 | Spannbreite des Verhältnisses des Standardeintrittsgehalts nach Geschlecht zum lokalen Mindestlohn an wesentlichen Geschäftsstandorten. | SanLucar orientiert sich an den Gehaltstabellen von Kollektivverträgen. Falls diese nicht vorhanden sind, orientieren wir uns an üblichen berufsabhängigen Gehältern des jeweiligen Landes. Um an qualifiziertes Personal zu gelangen, überbietet SanLucar häufig dieses Gehalt. |

| | | | |
|---|-----|---|---|
| Resources Area und SanLucar International | EC6 | Geschäftspolitik, Geschäftspraktiken und Anteil der auf Zulieferer vor Ort entfallenden Ausgaben an wesentlichen Geschäftsstandorten. | Das Unternehmen hat festgelegte Qualitätsspezifikationen für Obst und Gemüse. Der Einkauf unserer Produkte geschieht in 34 verschiedenen Ländern und nur von Lieferanten, die nach unseren Kriterien homologiert wurden. Ein Lieferant wird nur unter Vertrag genommen, wenn er unsere Kriterien erfüllt und unser Qualitätsniveau garantieren kann. Die Materialien für den Ablauf der Unternehmenstätigkeit und der Produktion werden im jeweiligen Land eingekauft, unter Beachtung des Preis-Leistungs-Verhältnisses. Immer wenn die Verfügbarkeit vorhanden und der Preis angemessen ist, werden lokale Zulieferer bevorzugt. Dies ist in der Firmenpolitik festgelegt. |
| Human Resources | EC7 | Verfahren für die Einstellung von lokalem Personal und Anteil von lokalem Personal in leitenden Positionen an wesentlichen Geschäftsstandorten. | SanLucar gibt lokalen Vertragsabschlüssen immer Vorrang und fördert den kulturellen Austausch. Alle Führungskräfte sind lokal angestellt. Kapitel 3 – Zusammen wachsen |
| Resources Area und SanLucar International | EC8 | Entwicklung und Auswirkung von Infrastruktur- und Dienstleistungsinvestitionen, die vorrangig im öffentlichen Interesse erfolgen, sei es in Form von kommerziellem Engagement, durch Sachleistungen oder durch Pro-bono-Arbeit. | Siehe Anhang 3 und Kapitel 5 Mehr als 4 % unserer Investitionen in Tunesien waren Investitionen im Bereich Unternehmensverantwortung. Die Investitionen in die Verbesserung der Infrastruktur, Sozialleistungen der Mitarbeiter und der lokalen Gemeinde werden im Rahmen der Sozialpolitik SanLucars durchgeführt. |
| Resources Area | EC9 | Verständnis und Beschreibung von Art und Umfang wesentlicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen. | SanLucar erarbeitet für alle Produktionsprojekte einen Businessplan, der wirtschaftliche Auswirkungen berücksichtigt. Indem wir die ökonomischen Folgen mit Hilfe unseres Risikomanagementsystems messen, machen wir eine erste Annäherung bezüglich der indirekten wirtschaftlichen Auswirkungen. Positiv: - Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region - Auslandsinvestitionen - Export (Eingang von Divisen) - Unternehmenssteuer Negativ: Falls wir negative Auswirkungen entdecken, setzen wir Maßnahmen ein, um die Auswirkungen in indirekte positive Effekte umzuwandeln. |

| Verantwortungsbereich | Indikatoren | | Ergebnisse der Kampagne 2011/2012 oder Stelle im CR-Bericht |
|--|-------------|--|---|
| | Code | Definition | |
| Indikatoren zum Umweltschutz | | | |
| Packaging und Commercial Area | EN1 | Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen. | Siehe Anhang 3 |
| | EN2 | Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz. | Siehe Anhang 3 Die Materialien, die an die Supermärkte gehen, werden von diesen nach den vor Ort gültigen Systemen recycelt. Das Material, das direkt an den Konsumenten geht (etwa 20 %), wird zum größten Teil recycelt. Das hat eine Studie über den Konsum in Deutschland und Österreich (unsere Hauptmärkte) ergeben. |
| Finance und Verantwortliche in der Zentrale und den Filialen | EN3 | Direkter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen. | SanLucar Fruit: 427.159 kWh SanLucar Österreich: 430.003,76 kWh Standort Ettlingen: elektrische Energie 427.440 kWh und Gas 25.543m ³ (1. Januar 2012 bis 30. Juni 2012) Tunesien: 0,7 Tonnen Öl/Jahr (für Kantinenbetrieb) und 2.353 Tonnen CO ₂ /Jahr (genutzt für den Anbau) Bis zu diesem Zeitpunkt wurde keine Unternehmensinventur von Treibhausgasemissionen durchgeführt. |
| | EN4 | Indirekter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen. | |
| | EN16 | Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht. | |
| | EN17 | Andere relevante Treibhausgasemissionen nach Gewicht. | |
| Alle Abteilungen | EN5 | Energieeinsparung durch umweltbewussten Einsatz und Effizienz. | 2011 wurde zum ersten Mal ein Audit zum Thema Energieeinsparung in Tunesien durchgeführt. |
| | EN6 | Initiativen zur Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen mit höherer Energieeffizienz und solchen, die auf erneuerbaren Energien basieren, sowie dadurch erreichte Verringerung des Energiebedarfs. | Siehe Kapitel 7 – Die Natur – unser wichtigster Partner |

| | | | |
|--|------|--|---|
| Resources Area und Logistics | EN7 | Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs und erzielte Einsparungen. | <p>SanLucar bevorzugt die Nutzung von Telefon- und Videokonferenzen, um Kosten und Reisewege einzusparen. Dadurch senken wir auch unseren globalen CO₂-Fußabdruck.</p> <p>Die SanLucar Reisepolitik gibt vor, dass sich die Kollegen untereinander absprechen und bei gemeinsamen Meetings und Reisen zusammen fahren. Dazu werden wir in diesem Jahr die Internetplattform »Carpooling« (Mitfahrgelegenheit) einführen. Unsere Mitarbeiter werden über die Möglichkeiten der öffentlichen Verkehrsmittel informiert, dabei wird dem Zug vor dem Flugzeug Vorrang gegeben. Bei den Flügen werden die mit den wenigsten Zwischenstopps ausgewählt. Bei den Unterkünften achten wir darauf, dass sich das Hotel und die Restaurants in der Nähe der Veranstaltungen befinden. Die Reisenden werden im Voraus über die örtlichen Gegebenheiten informiert, um unnötige Wege zu vermeiden.</p> <p>Die Nutzung unseres Carpooling-Systems wird unseren Emissionsausstoß beim Weg zur Arbeit verringern.</p> <p>Beim Warentransport achten wir immer auf Transportdienstleister, die Initiativen im Bereich Energieverbrauch haben.</p> <p>Siehe Kapitel 7</p> |
| Finance und Verantwortliche in der Zentrale und den Filialen | EN8 | Gesamtwasserentnahme, aufgeteilt nach Quellen. | <p>Wasserverbrauch: SanLucar Fruit S.L.: 2.618 m³</p> <p>Standort Ettlingen: 559 m³ (1. Januar 2012 bis 30. Juni 2012)</p> <p>Tunesien: 101.185 m³ /Jahr (hauptsächlich für Bewässerung)</p> <p>Siehe Kapitel 7</p> |
| Quality & Production und SanLucar International | EN9 | Wesentlich von Entnahme betroffene Wasserquellen. | <p>In Tunesien wurde eine Studie zu Umweltauswirkungen durchgeführt. Die Studie gibt geeignete Bedingungen zur Sicherstellung der Nachhaltigkeit an, wie z. B. die Nutzung des Grundwassers.</p> <p>Auf andere Länder oder Aktivitäten nicht anwendbar.</p> |
| | EN10 | Anteil in Prozent und Gesamtvolumen an rückgewonnenem und bestehendem Wasser. | <p>30 % des Wassers unserer Bewässerungsanlagen in Tunesien besteht aus wiederverwertetem Wasser (Drainagewasser). Die Anwendungsfläche zieht sich über 21 ha (fast über 50 % der Gesamtfläche). So nutzen auch viele unserer Anbauer das Regenwasser, das durch ein spezielles Kanalisationssystem von den Gewächshausdächern an die Bewässerungsanlagen weitergeleitet wird.</p> |

| | | | |
|----|------|--|---|
| | EN11 | Ort und Größe von Grundstücken in Schutzgebieten oder an Schutzgebiete angrenzenden Zonen. Ort und Größe von Grundstücken in Gebieten mit hohem Biodiversitätswert, außerhalb von Schutzgebieten oder daran angrenzend. Relevant sind Grundstücke, die im Eigentum der Organisation stehen oder von ihr gepachtet oder verwaltet werden. | <p>Unsere Finca in Portugal, die sich größtenteils dem Versuch neuer Sorten widmet, befindet sich innerhalb des Naturparks Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina, im Südwesten mit einer Ausdehnung von 110 km und einer Gesamtfläche von 74.415 ha von der 56.953 ha Landfläche sind.</p> <p>Im gesamten Park findet man eine Vegetation aus mediterranen, atlantischen und afrikanischen Arten vor. Es gibt ca. 750 Gattungen, von denen mehr als 100 endemisch, selten oder nur begrenzt zu finden sind. Zwölf gibt es nirgendwo anders. Im gesamten Gebiet des Parks gibt es Arten, die in Portugal als gefährdet angesehen werden, und andere, die in Europa geschützt sind.</p> <p>Die Finca dehnt sich über 22 ha aus und befindet sich in Herdade da Bica, 7630-736 Zambujeira do Mar, Portugal. Die Zone wird traditionell für die Landwirtschaft genutzt. Um die Umgebung zu schützen, achtet unser Ingenieurteam vor Ort besonders darauf, die Umweltauswirkungen auf ein Minimum zu reduzieren.</p> |
| CR | EN12 | Beschreibung der wesentlichen Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität in Schutzgebieten und in Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von Schutzgebieten. | <p>SanLucar stellt keine Bedrohung für die in der Roten Liste der IUCN (International Union for Conservation of Nature) und nationalen Listen enthaltenen Gattungen dar. Unsere Aktivität wird gemäß dem Standard von Global G.A.P. ausgeführt. Des Weiteren haben wir zusätzliche Maßnahmen ergriffen, um minimale Auswirkungen zu gewährleisten, mit dem Schwerpunkt auf geschützte Lebensräume.</p> <p>Siehe Indikator EN11 und EN13 Siehe Kapitel 7.1</p> |
| | EN13 | Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume. | <p>Siehe Kapitel 7.1 und Interview mit Giuliano</p> <p>Unser Partner Giuliano arbeitet mit einer Umweltorganisation an der Reinigung und Erholung eines Gebirges in Conversano.</p> |
| | EN14 | Strategien, laufende Maßnahmen und Zukunftspläne für das Management der Auswirkungen auf die Biodiversität. | |
| | EN15 | Anzahl der Arten auf der Roten Liste der IUCN und auf nationalen Listen, die ihren natürlichen Lebensraum in Gebieten haben, die von der Geschäftstätigkeit der Organisation betroffen sind, sortiert nach Bedrohungsgrad. | |

| | | | |
|---|------|--|---|
| Quality & Production, CR, Information Technologies, Commercial Area und Logistics | EN18 | Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse. | <p>SanLucar hat den CO₂-Fußabdruck seiner Zitronen aus Murcia gemessen und wird die entsprechende Menge CO₂ in Gramm während der nächsten Kampagne überprüfen.</p> <p>In 2011 wurde damit begonnen, ein Kontrollsystem für die Logistik einzuführen, das die zurückgelegten Kilometer auswertet.</p> <p>SanLucar wertet die mit dem Flugzeug zurückgelegten Kilometer aus. So registriert unser Reiseanbieter seit März 2012 die gesamten zurückgelegten Kilometer.</p> <p>Siehe Kapitel 3.4 und 7</p> |
| Quality & Production, CR und Verantwortliche in der Zentrale und den Filialen | EN19 | Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen nach Gewicht. | <p>SanLucar hat in dieser Kampagne die alten Kühlkammern, die R22 benutzten, gegen neue, mit NH₃ betriebene Kühlkammern (flüssiges Ammoniak) erneuert. Es handelt sich dabei um eine Kühlflüssigkeit, die eine verstärkte Vorsorgekontrolle bezüglich der Arbeitsschutzsicherheit verlangt. Jedoch sind die Umweltauswirkungen auf die Ozonschicht und auf den Treibhauseffekt geringer. Über den Verbrauch von NH₃ wird im nächsten Bericht informiert.</p> |
| | EN20 | NOx, SOx und andere wesentliche Luftemissionen nach Art und Gewicht. | <p>Unsere Aktivitäten sind im Wesentlichen natürlich und nicht industriell, daher ist unser Beitrag zu den NOx und SOx verhältnismäßig gering.</p> <p>Unsere Kühlanlagen im Logistikzentrum in Ettlingen werden mit Wasser und Salz betrieben. Unsere Spediteure unterzeichnen unsere Verpflichtung mit der Umwelt (enthalten im Ethikkodex).</p> |
| Resources Area (administrative Daten), Quality & Production und SL International (Produktionsdaten) | EN21 | Gesamte Abwassereinleitungen nach Art und Einleitungsort. | <p>Die Abwässer unserer Bürogebäude werden in das städtische Abwassernetz eingeleitet.</p> <p>Die Dosierung und Konzentration der Düngemittel werden gemäß dem Bedarf der Pflanze, des Bodens und den Klimabedingungen angepasst, um eine Überdosis zu vermeiden. Außerdem gibt es Maßnahmen zur Verringerung des Sickerwassers (Global G.A.P.). Der Boden der Lagerhallen ist immer versiegelt und abgegrenzt, um eine Einwaschung in den natürlichen Boden zu vermeiden. Es sind keine Daten über das Abwasservolumen registriert.</p> |
| | EN22 | Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode. | <p>SanLucar trennt Müll in allen Unternehmensfilialen. Mit dem Umzug unseres Lagers von Puzol nach Vall d'Uixó im Mai 2012 wurde ein Recycling-Service damit beauftragt, Karton, Holz, Film, Bänder und Kantenschutz zu trennen. Die Information über das Gewicht von Rückständen in Vall d'Uixó wird im nächsten Bericht aufgelistet. In Tunesien wurden Lagerungsbereiche erstellt für Karton, Plastik und Holz, das an ein autorisiertes Recyclingunternehmen verkauft wird. Das Plastik der Gewächshäuser wird an ein Recyclingunternehmen übergeben, sobald die dafür vorhandene Lagerzone ausgelastet ist. Die Holzpaletten werden wiederverwendet. Siehe Kapitel 7</p> |

| | | | |
|---|------|---|---|
| Quality & Production | EN23 | Gesamtzahl und Volumen wesentlicher Freisetzungen. | Es fand keine Freisetzung statt. |
| CR | EN24 | Gewicht des transportierten, importierten, exportierten oder behandelten Abfalls, der gemäß den Bestimmungen des Baseler Übereinkommens, Anlage I, II, VIII, als gefährlich eingestuft wird, sowie Anteil in Prozent des zwischenstaatlich verbrachten Abfalls. | <p>Die leeren Druckerpatronen und der Elektro- und Elektronikgeräte-Abfall, die in der Zentrale anfallen, werden gemäß den gültigen Umweltrichtlinien angemessen entsorgt.</p> <p>Gebrauchte Batterien werden von der Fundación para la Gestión Medioambiental de Pílas (Stiftung für Umweltmanagement für Batterien) abgeholt, die eine korrekte Entsorgung gemäß Gesetzgebung durchführen.</p> <p>Abfälle von Pflanzenschutzmittelverpackungen werden immer durch einen autorisierten Abfallmanager verwaltet, wofür wir lokale autorisierte Unternehmen beauftragen.</p> <p>SanLucar führt keine Wartung am Fuhrpark durch, wie auch keine Reparaturen, bei denen gefährliche Stoffabfälle entstehen könnten.</p> <p>Das SanLucar Olivenöl ist das einzige Produkt, das eine Verarbeitung benötigt. Der SanLucar Trester wird in Energie (Biomasse) umgewandelt.</p> |
| | EN25 | Bezeichnung, Größe, Schutzstatus und Biodiversitätswert von Gewässern und damit verbundenen natürlichen Lebensräumen, die von den Abwasserleitungen und dem Oberflächenabfluss der berichtenden Organisation erheblich betroffen sind. | Siehe EN12 und EN13 |
| Quality & Production, CR, Packaging und Logistics | EN26 | Initiativen, um die Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen zu minimieren und Ausmaß ihrer Auswirkungen. | <p>Kapitel 7</p> <p>Zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der CO₂-Fußabdruck der Zitrone wird gemessen • Die Verpackungen werden mit neuen Innovationen verbessert • Menge von benutzten Pflanzenschutzmitteln wird reduziert und Benutzung von denen, die respektvoller mit der Umwelt sind. • Durch den Einsatz von Maschengewebe wird die Bodenfeuchtigkeit beibehalten. Mit Tensiothern wird die angemessene Menge an Wasser zur Verfügung gestellt. Dabei werden 20 % Wasser eingespart. • Durch den Einsatz von geeichten Geräten wird die Abdrift um 30 % während der Behandlungen verringert. |
| Packaging und Commercial Area | EN27 | Anteil in Prozent der verkauften Produkte, bei denen das dazugehörige Verpackungsmaterial zurückgenommen wurde, aufgeteilt nach Kategorie. | <p>Siehe EN2 und Anhang 3</p> <p>Wir können nicht wissen, ob der Endverbraucher unsere Verpackungen recycelt. Wir wissen allerdings, dass die Märkte, die wir beliefern, ein integriertes Abfallrecycling-System besitzen. Wir recyceln den Abfall in unserem Lager in Vall d'Uixó und in unserem Logistikzentrum in Ettlingen. Siehe Kapitel 7.3</p> |
| Legal Services | EN28 | Geldwert wesentlicher Bußgelder und Gesamtzahl nichtmonetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften im Umweltbereich. | Es wurde keine Nichterfüllung der Gesetzgebung oder Regelungen festgestellt. Es wurden keine Sanktionen für das Unternehmen erlassen. |

| | | | |
|---|------|--|--|
| Logistics und Human Resources (Zentrale und Filialen) | EN29 | Wesentliche Umweltauswirkungen, verursacht durch den Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien, die für die Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden, sowie durch Mitarbeitertransport. | <p>SanLucar verfügt über keinen eigenen Fuhrpark, um Produkte zu transportieren, sondern arbeitet mit Spediteuren zusammen, die von der Logistikabteilung koordiniert werden. Die Abteilung arbeitet jährlich daran, Umweltbelastungen, die durch den Transport verursacht werden, zu reduzieren. Derzeit wird die Ware von SanLucar wie folgt transportiert: Flugzeug 0,25 %; Schiff 19,41 %; LKW 80,34 %.</p> <p>Die Abteilungen Logistik, Controlling und IT arbeiten daran, die Emissionen der Fahrwege automatisch zu berechnen, um diese optimieren zu können. Alle unsere Spediteure unterschreiben unseren Ethikkodex und sind homologisiert.</p> <p>In Spanien arbeiten wir an einer neuen Internetplattform in Form einer Fahrgemeinschaft für die Mitarbeiter. Mit der Internetplattform können wir die CO₂-Auswirkung vom Weg ins Büro und nach Hause messen. Dadurch lassen sich der Benzinverbrauch und die Treibhausgasemissionen reduzieren.</p> <p>In Tunesien wird den Mitarbeitern ein Busdienst zur Verfügung gestellt.</p> <p>Wir haben den CO₂-Fußabdruck der Zitrone bis einschließlich den Transport nach Ettlingen berechnet.</p> |
| Finance | EN30 | Gesamte Umweltschutzausgaben und -investitionen, aufgeschlüsselt nach Art der Ausgaben und Investitionen. | Siehe Anhang 3 |

| Verantwortungsbereich | Indikatoren | | Ergebnisse der Kampagne 2011/2012 oder Stelle im CR-Bericht |
|---|-------------|--|---|
| | Code | Definition | |
| Indikatoren zum Thema Arbeitsnormen | | | |
| Human Resources (Zentrale und Filialen) | LA1 | Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart, Arbeitsvertrag, Region und Geschlecht. | Siehe Anhang 3 |
| | LA2 | Mitarbeiterfluktuation insgesamt und als Prozentsatz, aufgliedert nach Altersgruppe, Geschlecht und Region. | Die durchschnittliche Fluktuationsrate für: Standort Spanien: 3 % Standort Österreich: 6,25 % Standort Ettlingen: 24 % (auf Grund von Umstrukturierung) Fluktuationsrate = Kündigungen/Anzahl Mitarbeiter*100 |
| | LA3 | Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten und nicht Mitarbeitern mit einem befristeten Arbeitsvertrag oder Teilzeitkräften gewährt werden, aufgeschlüsselt nach Hauptbetriebsstätten. | Die sozialen Leistungen sind für alle gleich. 80 % der Mitarbeiter (SanLucar Gruppe) haben einen festen Vertrag. Kapitel 3 |
| | LA15 | Prozentsatz der Wiedereinstellung und der Retentionsrate nach Elternzeit, nach Geschlecht. | Komplette Wiedereinstellung, in einigen Fällen auch Teilzeit und Home-Office. Also 100 % Siehe Kapitel 3 |

| | | | |
|---|-----|---|---|
| | LA4 | Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen. | 100 % Falls es keine Kollektivvereinbarung gibt, wird das Betriebsverfassungsgesetz oder die lokale Arbeitsgesetzgebung angewandt. |
| | LA5 | Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen und Information, ob diese Frist in Kollektivvereinbarungen festgelegt wurde. | Ist in der Kollektivvereinbarung oder lokaler Arbeitsgesetzgebung dargelegt. Mitteilungsfristen gemäß spanischer Kollektivvereinbarung: Manager/mittleres Management 60 Tage Techniker 30 Tage Verwaltungsangestellte/Arbeiter 15 Tage |
| Human Resources (Zentrale und Filialen) | LA6 | Prozentsatz der in Arbeitsschutzausschüssen vertretenen Gesamtbelegschaft, die Arbeitsschutzprogramme überwachen und beraten. | Gründung des Sicherheits- und Gesundheitskomitees von SanLucar Fruit im Februar 2010. Das Komitee besteht aus 8 Personen, von denen 4 die Angestellten (nicht leitende Funktionen) und 4 das mittlere und obere Management vertreten: zuständig für die Zentrale in Puzol und das Lager in Vall d'Uixó. Es fanden vier Versammlungen im letzten Jahr statt. Gegen Ende 2012 ist die Aufstellung eines Sicherheits- und Gesundheitskomitees in Tunesien geplant. In Österreich gibt es einen Verantwortlichen für Sicherheit und Gesundheit sowie einen Plan für Arbeitsschutzmaßnahmen; drei Personen haben Erste-Hilfe-Kenntnisse. Für 2013 ist die Aufstellung eines Sicherheits- und Gesundheitskomitees in Deutschland geplant. Zurzeit gibt es einen Verantwortlichen für Sicherheit und Gesundheit. |
| Human Resources (Zentrale und Filiale) | LA7 | Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie Summe der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht. | Abwesenheitsrate (Anzahl von Tagen insgesamt an denen nicht gearbeitet wurde/Anzahl Arbeitstage*Angestellte); wurde bislang nicht gemessen. Für den nächsten Bericht werden Angaben bereitgestellt. Spanien: Unfälle/Zwischenfälle ohne Krankmeldung: 7 Unfälle mit Krankmeldung: 2 Österreich: es gab keine Unfälle oder Zwischenfälle. Deutschland: Ausfalltage Männer 40 und Frauen 45. Tunesien: 993 Ausfalltage durch Krankmeldung |

| | | | |
|---|------|---|---|
| Safety & Health Committee und CR | LA8 | Unterricht, Schulungen, Beratungsangebote, Vorsorge- und Risikokontrollprogramme für Mitarbeiter, ihre Familien oder Gemeindeglieder in Bezug auf ernste Krankheiten. | <p>»Anti-Rauch«-Kampagne in Österreich. Blutspendekampagne und ärztliche Untersuchungen in Puzol. Krankenschwester in Tunesien und medizinische Vorsorge. Informationsveranstaltungen bezüglich Geschlechtskrankheiten in Ecuador (innerhalb des internationalen Freiwilligenprogramms). Schulung in Hygiene und Manipulation von Lebensmitteln. Anzahl der Schulungsprogramme etc. zur Vorbeugung von Arbeitsrisiken.</p> <p>In Spanien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sicherheit im Büro 71 • Arbeiten mit Explosionsgefahr 4 • Lebensmittelmanipulator 1 • Sicherheit in Wartungsposten 1 • Sicherheit in Qualitätsposten 2 • Richtige Benutzung von Schutzkleidung 6 • Sicherheit in Lagerposten 2 <p>In Österreich:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6 Stunden IFS/HACCP • 48 Stunden Erste Hilfe <p>Es sind Kampagnen zur Vorbeugung von Geschlechtskrankheiten in Südafrika vorgesehen</p> |
| Human Resources und Safety & Health Committee | LA9 | Arbeitsschutzthemen in formalen Abkommen mit Gewerkschaften. | Siehe LA6 |
| Human Resources | LA10 | Durchschnittliche jährliche Stundenzahl pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie, die der Mitarbeiter aus- oder weitergebildet wurde. | 35 Schulungsstunden im Jahr pro Angestellter, unabhängig vom Geschlecht Weiterbildung haben in der Kampagne 2011/2012 zwei Frauen wahrgenommen mit einer Gesamtstundenzahl von 638. |
| | LA11 | Programme des Wissensmanagements und des lebenslangen Lernens zur Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter und Berufsausstiegsbegleitung. | Kapitel 3 und 5.2 Ausbildungsprogramme Österreich: 29 Englischstunden Ausbildungsprogramme Spanien: <ul style="list-style-type: none"> • 638 Stunden: Manager Coaching, • Master of Agroecology • 3.493 Sprachstunden |
| | LA12 | Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten, nach Geschlecht. | 100 %, unabhängig vom Geschlecht Das Leistungssystem von SanLucar wird online verwaltet mit einem neuen Informatikprogramm. |

| | | | |
|--|------|---|---|
| | LA13 | Zusammensetzung der leitenden Organe und Aufteilung der Mitarbeiter nach den Kategorien Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit sowie anderen Diversitätsindikatoren. | Siehe Indikator 4.3 und Kapitel 3.3 und Anhang 3 |
| | LA14 | Verhältnis des Grundgehalts für Männer zum Grundgehalt für Frauen nach Mitarbeiterkategorie und Abteilung. | Männer und Frauen bekommen das gleiche Gehalt in den verschiedenen Mitarbeiterkategorien bei gleicher Verantwortung. Das ist durch die Tarifverträge und das Arbeitsgesetz festgelegt sowie im Ethikkodex von SanLucar verankert. Dies wird in der Unternehmenspolitik gelebt. Siehe Kapitel 3.3 |

| Verantwortungsbereich | Indikatoren | | Ergebnisse der Kampagne 2011/2012 oder Stelle im CR-Bericht |
|--------------------------------------|-------------|--|--|
| | Code | Definition | |
| Indikatoren zum Thema Menschenrechte | | | |
| Legal Services | HR1 | Prozentsatz und Gesamtzahl der wesentlichen Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden. | 80 % der Lieferantenverträge für Waren und Dienstleistungen. Seit 2010 ist der Ethikkodex von SanLucar ein fester Bestandteil in den Lieferantenverträgen. Dadurch verpflichten sich die Lieferanten mit ihrer Unterschrift alle Prinzipien des Ethikkodex einzuhalten. Siehe Kapitel 4.2 und 6.6 Investitionsvereinbarung (21.12.2011): In der Vereinbarung über den Erwerb einer Finca in Südafrika ist das Gesetz »Black Economic Empowerment« (BEE) berücksichtigt. Das Gesetz dient zur Verbesserung der Bedingungen von der benachteiligten Bevölkerung während der Zeit der Apartheid. |
| Quality & Production | HR2 | Prozentsatz wesentlicher Zulieferer und Auftragnehmer, die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden, und ergriffene Maßnahmen. | Siehe Kapitel 4.1 100 % Die Audits zur Homologierung unserer Anbauer, Spediteure und Zwischenplattformen beinhalten Ethik-, Umwelt- und Qualitätsaspekte. Auch der von ihnen unterschriebene Vertrag beinhaltet eine Klausel zur Einhaltung unseres Ethikkodex. Dieser stützt sich auf die Norm SA8000 und die Prinzipien des Global Compact. |

| | | | |
|------------------------|-----|--|---|
| Human Resources | HR3 | Schulungsstunden von Mitarbeitern zu Firmenrichtlinien oder Organisationsanweisungen, die sich auf Menschenrechtsaspekte beziehen und die für die Geschäftstätigkeit maßgeblich sind, sowie Prozentsatz der geschulten Mitarbeiter in der Gesamtbelegschaft. | 90 % sind geschult – 26 Schulungsstunden in der letzten Kampagne. Schulung bezüglich SA8000-Aspekten, zu 100 % bei Mitarbeitern von SanLucar Fruit. Befinden uns zurzeit in Einführungsphase der SA8000 in SanLucar Deutschland GmbH, SanLucar Import GmbH, SanLucar Vertrieb, SanLucar Obst und Gemüse Handels GmbH. |
| Quality & Production | HR4 | Gesamtzahl der Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen. | Es wurden keine Zwischenfälle bezüglich Diskriminierung, Kinderarbeit oder zwingender oder verpflichtender Arbeit festgestellt. All dies sind Überwachungsindikatoren der SA8000. Siehe HR2 SanLucar hat sich 2011 dem Global Compact der Vereinten Nationen angeschlossen. |
| | HR5 | Ermittelte Geschäftstätigkeiten mit erheblicher Gefahr für die Vereinigungsfreiheit oder das Recht zu Kollektivverhandlungen und ergriffene Maßnahmen. | Seit März 2010 durch die SA8000 zertifiziert. Lieferantenverträge beinhalten eine Verbindlichkeitsklausel zur Einhaltung der Prinzipien des Global Compact und des Ethikkodex von SanLucar. |
| | HR6 | Ermittelte Geschäftstätigkeiten mit erheblichem Risiko auf Kinderarbeit und ergriffene Maßnahmen. | Unser Identifizierungs- und Bewertungsprozess des ethischen Risikos ist definiert durch unser integriertes System, unter Beachtung der SA8000, der ISO 9001 und IFS. |
| | HR7 | Ermittelte Geschäftstätigkeiten, bei denen ein erhebliches Risiko auf Zwangs- oder Pflichtarbeit besteht, und ergriffene Maßnahmen, die zur Abschaffung beitragen. | Unser Risiko-Management-System zieht das »Ethische Risiko« in Betracht. |
| SanLucar International | HR8 | Prozentsatz des zu menschenrechtsrelevanten Richtlinien und Verfahrensanweisungen geschulten Sicherheitspersonals. | Tunesien: 16 Südafrika: 12 Es handelt sich um ein externes Unternehmen, das ebenfalls eine Schulung über unseren Ethikkodex erhält. |
| Legal Services | HR9 | Zahl der Vorfälle, in denen Rechte der Ureinwohner verletzt wurden, und ergriffene Maßnahmen. | SanLucar International führt nur Verwaltungsaufgaben in Städten durch und entwickelt Agrarprojekte in Gebieten, die für die landwirtschaftliche Produktion vorhergesehen sind. Keine Vorfälle in diesem Aspekt vorhanden. |

| | | | |
|----------------|------|---|--|
| Risk Committee | HR10 | Prozentsatz und Anzahl der Tätigkeiten zur Überprüfung der Einhaltung von Menschenrechten und/oder Auswertung dieser. | Siehe HR1 Unser Risiko-Management-System zieht das »Ethische Risiko« in Betracht. |
| Legal Services | HR11 | Anzahl der Beschwerden und Reklamationen in Zusammenhang mit Menschenrechten, adressiert und bearbeitet durch formelle Reklamationsmechanismen. | Es gab keine Beschwerden und Reklamationen bezüglich Menschenrechte. |

| Verantwortungsbereich | Indikatoren | | Ergebnisse der Kampagne 2011/2012 oder Stelle im CR-Bericht |
|---|-------------|---|--|
| | Code | Definition | |
| Soziale Indikatoren | | | |
| SanLucar International und CR | SO1 | Art, Umfang und Wirksamkeit von Programmen und Verfahrensweisen, die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf das Gemeinwesen bewerten und regeln. | Siehe Kapitel 5 Politik für lokale Einstellungen; Tätigkeiten mit der Gemeinde |
| SanLucar International und Risk Committee | SO9 | Tätigkeiten mit signifikantem Potenzial oder negativen Einflüssen auf die lokale Gemeinde. | Es wurden keine negativen Einflüsse auf die lokale Gemeinde durch unsere Aktivitäten festgestellt. Im Gegenteil, es kann ein positiver Einfluss beobachtet werden. |
| | SO10 | Vorbeugung und Maßnahmen zur Linderung der negativen Einflüsse auf die lokale Gemeinde. | |
| Risk Committee | SO2 | Prozentsatz und Anzahl der Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden. | Unterzeichnung des Global Compact und des Ethikkodex. Mit der Anwendung des Risiko-Management-Systems wird das Korruptionsrisiko analysiert. Siehe Kapitel 2.5 |
| SA8000 Committee | SO3 | Prozentsatz der Angestellten, die in der Antikorruptionspolitik und den Antikorruptionsverfahren der Organisation geschult wurden. | Das gesamte Personal kennt den Ethikkodex von SanLucar (Punkt 10 betrifft Antikorruptionsmaßnahmen). Bei der nächsten Kampagne wird eine Schulung durchgeführt hinsichtlich des Risiko-Management-Systems, bei der die wichtigsten Risiken hervorgehoben werden. Nur 13 % von SanLucar Fruit und 1,5 % der SanLucar Fruit Gruppe sind in dieser Art von Risiken geschult (Krisenkomitee und Inhaber der Risiken). |
| Legal Services | SO4 | In Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen. | Keine Korruptionsvorfälle |
| CR | SO5 | Politische Positionen und Teilnahme an politischer Willensbildung und am Lobbying. | SanLucar hat dieses Jahr teilgenommen an: • Internationale CSR-Konferenz in Berlin • Vorstellung des Programms: Teilnahme von Jugendlichen gegen den Klimawandel. Organisiert von der Universität EARTH und der Regierung von Costa Rica. SanLucar hat den Global Compact und die Diversity Charter unterschrieben. |

| | | | |
|---------------------------------|-----|--|--|
| Finance (Zentrale und Filialen) | SO6 | Gesamtwert der Zuwendungen (Geld- und Sachwertzuwendungen) an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen, aufgelistet nach Ländern. | Keine. Es gab keine Beiträge dieser Art. |
| Legal Services | SO7 | Anzahl der Klagen, die aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens oder Monopolbildung erhoben wurden, und deren Ergebnisse. | Es gab kein wettbewerbswidriges Verhalten oder Monopolbildung. |
| | SO8 | Wesentliche Bußgelder (Geldwert) und Anzahl nichtmonetärer Strafen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften. | Es gab keine Strafen oder Geldbußen dieser Art. |

| Verantwortungsbereich | Indikatoren | | Ergebnisse der Kampagne 2011/2012 oder Stelle im CR-Bericht |
|------------------------------------|-------------|---|---|
| | Code | Definition | |
| Produktbezogene Indikatoren | | | |
| Quality & Production | PR1 | Etappen während der Lebensdauer eines Produkts oder der Dauer einer Dienstleistung, in denen untersucht wird, ob die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit der Kunden verbessert werden können, und Prozentsatz der Produkt- und Dienstleistungskategorien, die entsprechend untersucht werden. | <p>100 % ISO 9001, QS, IFS, APPCC, Global G.A.P</p> <p>Programm zur Pestizidreduzierung: Die Verringerung der Anzahl und Konzentration von Pestizidrückständen ist ein konstantes und vorrangiges Ziel. Wir analysierten die Rückstände von der vorherigen Kampagne, suchen mit unseren Technikern bessere Alternativen und wählen nur die besten Anbauer aus. Das sind nur einige angewendete Maßnahmen, um das Ziel Produkte mit »Null-Rückständen« zu erreichen.</p> <p>Verringerung der Auswirkung: Die Nutzung von Produkten biologischen Ursprungs, nachhaltige Kulturmaßnahmen, resistente Sorten und Anbaufelder werden hinsichtlich niedrigen Schädlingsdrucks ausgewählt. Wir setzen aus gesundheitlichen Aspekten wie Umweltschutzgründen auf eine integrierte und nachhaltige Schädlingsbekämpfung. Es werden Aufzeichnungen über die festgestellten Rückstände durchgeführt um die konstante Verbesserung zu überprüfen und zu jedem Zeitpunkt Korrekturmaßnahmen vornehmen zu können. Dieses Programm wird bei allen Produkten aus Chile, spanischen Erdbeeren und Zitrusfrüchten sowie italienischen Trauben angewandt (34,48 % der SanLucar Produkte bezüglich des Verkaufsvolumens – Berechnung Kampagne 2011/2012).</p> |
| | PR2 | Summe der Vorfälle von Verletzungen von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln, die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit betreffen, dargestellt nach Art der Folgen. | <p>Es gab keine Vorfälle.</p> <p>Unser Vorsorgesystem: Auswahl und Freigabe von Parzellen, bei denen unsere Spezifikationen zu 100 % eingehalten werden. Dadurch wird die Gesundheit und Sicherheit gewährleistet. Unsere Produkte werden bereits auf dem Feld nach unseren Standards und Spezifikationen ausgewählt. Die Parzellentabellen mit der Information stehen Kunden auf unserem Webportal zur Verfügung.</p> |

| | | | | |
|--------------------------|-----------------------------------|--|---|--|
| | PR3 | Art der gesetzlich vorgeschriebenen Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Prozentsatz der Produkte und Dienstleistungen, die solchen Informationspflichten unterliegen. | Wir halten die SanLucar Etikettierungsspezifikationen ein, die auf folgender Gesetzgebung basiert: Durchführungsverordnung (EU) 543/2011 der Kommission vom 7. Juni 2011 für die Vermarktung von Obst und Gemüse, der Verordnung (EU) 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel, und den verschiedenen Normen der Wirtschaftskommission der Vereinten Nationen für Europa (UNECE). Spezifische Informationen sichern wir durch unser Rückverfolgbarkeitssystem ab (siehe Kapitel 6.2). Wird bei 100 % der Produkte angewendet. | |
| | PR4 | Gesamtzahl der Vorfälle, in denen geltendes Recht und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Informationen über und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen nicht eingehalten wurden, dargestellt nach Art der Folgen. | Es wurden keine Vorfälle registriert Vorbeugungssystem und Zwischenkontrollpunkte Siehe Kapitel 6.2 | |
| | PR5 | Geschäftspraktiken, die der Kundenzufriedenheit dienen, einschließlich der Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit. | Siehe Kapitel 6.3 | |
| | Corporate Communication und Brand | PR6 | Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring. | SanLucar verkauft Obst und Gemüse. Es handelt sich um ein gesundes und nicht verbotenes Produkt. SanLucar hat ein verantwortungsbewusstes Marketing, das auf internationalen und eigenen Normen basiert. Unser Marketing regt Konsumenten dazu an, gesund zu essen, und entwickelt dafür kreative Ideen (zum Beispiel mit Rezepten). |
| | | PR7 | Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln bei der Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring nicht eingehalten wurden, dargestellt nach Art der Folgen. | In der Kampagne 2011/2012 kam es zu einer offiziellen Benachrichtigung wegen verwirrender Werbung für das Produkt Vitamin-C Bomben. In der nächsten Kampagne werden die zu befolgenden Maßnahmen bestimmt. |
| Information Technologies | PR8 | Gesamtzahl berechtigter Beschwerden über den Verlust oder mangelnden Schutz von Kundendaten. | Datenschutzerklärung (LOPD Ley de Protección de Datos). Es wurden Mechanismen für das Webportal errichtet. SL Technologies wird einem externen Audit unterzogen. | |
| Legal Services | PR9 | Höhe wesentlicher Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf Distribution und Verwendung von Produkten und Dienstleistungen. | Es sind keine Verstöße vorgefallen. | |

Anhang 2. Fortschrittsbericht (CoP)

| Verantwortungsbereich | Indikatoren | | Ergebnisse der Kampagne 2011/2012 oder Stelle im CR-Bericht |
|-----------------------|-------------|---|--|
| | Code | Definition | |
| SanLucar Indikatoren | | | |
| Quality & Production | SL1 | Prozentsatz der Lieferanten und deren Zulieferer, die nach den Ethik- und Umweltstandards von SanLucar gemäß dem Prozess auditiert wurden. | 100 % der Anbauer sind gemäß der Ethikstandards auditiert. 100 % der Spediteure, Zwischenplattformen und anderen Servicelieferanten sind gemäß Ethik- und Umweltstandards auditiert. <1 % der Anbauer sind nach dem Anbauerprofil (Ethik, Umwelt, Qualität) auditiert, das in der Kampagne 2011/2012 entwickelt wurde. Es wurde auch mit den Audits bereits begonnen. Unser Ziel ist es, bis Kampagnenschluss 2012/2013 100 % der Anbauer, mit denen wir seit mehr als drei Jahren zusammenarbeiten, nach dem Anbauerprofil auditiert zu haben. |
| | SL2 | Prozentsatz der Aktivitäten, die die internationalen Best-Practice-Standards erfüllen. Anteil der Aktivitäten von SanLucar, die die internationalen Exzellenz-Standards für die im Bericht beschriebenen Aktivitäten erfüllen (abgesichert von dem Integrated Management System). | 100 % Während der Kampagne 2011/2012 startete das Projekt Unternehmenszertifizierung mit den Zielen: • Verbesserung der Zertifizierung der jetzigen Management Systeme von SanLucar. • Aus Gründen der Erweiterung unserer Strukturen in den Produktionszonen findet seit der Kampagne 2011/2012 die Zertifizierung aller Prozesse der neugegründeten Unternehmen statt. • Im März 2012 schloss sich SanLucar Vertrieb Deutschland der IFS-Zertifizierung an und gibt so den Start für die Unternehmenszertifizierung. • Im September 2012 wird die Zertifizierung der ISO 9001 bei SanLucar Fruit, SanLucar Vertrieb Deutschland, SanLucar Deutschland und SanLucar Fruit Import durchgeführt. Die letzten drei zertifizieren sich zum ersten Mal hierfür. • Im April 2013 wird die Zertifizierung der IFS-Norm bei SanLucar Fruit, SanLucar Vertrieb Deutschland, SanLucar Deutschland und SanLucar Fruit Import durchgeführt. Die letzten zwei zertifizieren sich zum ersten Mal hierfür. |
| CR | SL3 | Anzahl der Länder, in denen SanLucar soziale Projekte entwickelt hat. | 4 (Spanien, Österreich, Tunesien, Costa Rica) |

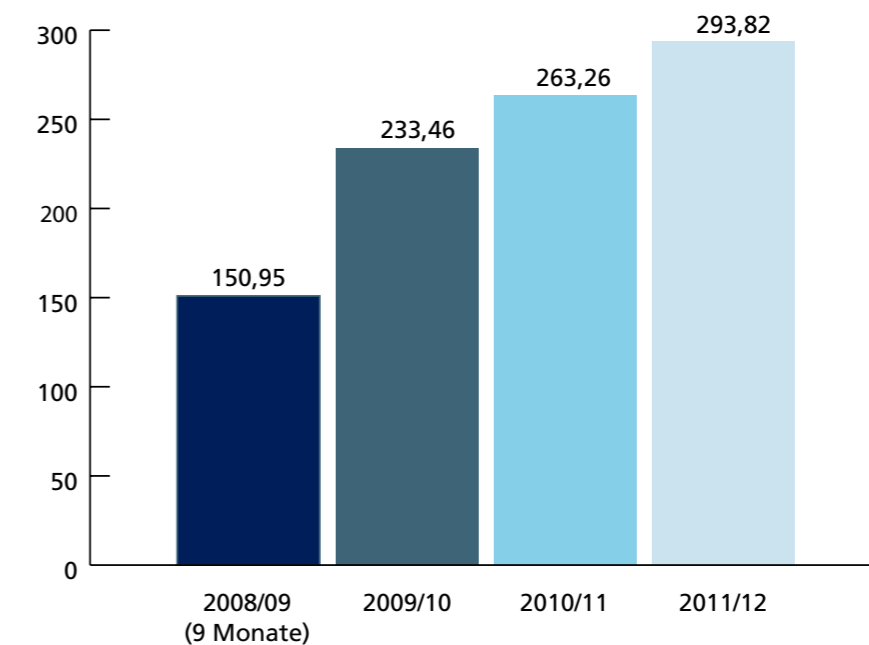
| Prinzip im Global Compact | | Fortschritt | |
|---------------------------|--|--|---|
| Nr. | Prinzip | Projekte und entsprechende Initiativen | Entsprechende Indikatoren |
| Menschenrechte | | | |
| 1 | Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten. | Der Fortschritt besteht in diesem Fall in der Annahme, dass alle die gleichen Rechte haben. Hierfür wurde unser Ethikkodex in sechs verschiedene Sprachen übersetzt, und es wurden konkrete Programme entwickelt für einige Länder, in denen wir aktiv sind, wie Tunesien. | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, LA4, LA6, LA7, LA8, LA9, LA13, LA14, EC5, HR1, HR2, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9, SO5, PR1, PR2 |
| 2 | Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen. | SanLucar hat hierfür einen Ethikkodex, der auf allen Niveaus angewendet wird, ein integriertes Managementsystem, u. a. basierend auf der internationalen SA8000-Norm, und ein weltweites Netzwerk von CR-Botschaftern. Außerdem führt SanLucar eine ethische Homologation von allen Lieferanten durch und ein Anbauerprofil auf drei Ebenen (Qualität, Ethik, Umwelt). | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, HR1, HR2, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9, SO5 |
| Arbeitsnormen | | | |
| 3 | Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren. | SanLucar hat hierfür einen Ethikkodex, der auf allen Niveaus angewendet wird, ein integriertes Managementsystem, u. a. basierend auf der internationalen SA8000-Norm, und ein weltweites Netzwerk von CR-Botschaftern. | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, LA4, LA5, HR1, HR2, HR3, HR5, SO5 |
| 4 | Unternehmen sollen für die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit eintreten. | Außerdem führt SanLucar eine ethische Homologation von allen Lieferanten durch und ein Anbauerprofil auf drei Ebenen (Qualität, Ethik, Umwelt). | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, HR1, HR2, HR3, HR7, SO5 |
| 5 | Unternehmen sollen für die Abschaffung der Kinderarbeit eintreten. | Um Sexismus zu vermeiden oder irgendeine andere Form von Diskriminierung, hat SanLucar einen Gleichheitsplan und verfügt über ein Gleichheitskomitee und einen Vertreter (Stefanie Müller), die sich regelmäßig mit der Geschäftsleitung und dem Mitarbeitervertreter versammeln. | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, HR1, HR2, HR3, HR6, SO5 |
| 6 | Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten. | In Tunesien zahlen wir eine Schulprämie, damit die Kinder der Mitarbeiter in die Schule gehen können, und das Gehalt liegt über dem Landesdurchschnitt. Außerdem arbeiten wir an der wirtschaftlichen Entwicklung der Gemeinden mit konkreten Projekten, wie der Förderung der traditionellen Handwerkskunst. | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, EC7, LA2, LA13, LA14, HR1, HR2, HR3, HR4, SO5 |

| Umweltschutz | | | |
|-----------------------|---|---|---|
| 7 | Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen. | Das Risiko von Umweltproblemen wurde im Risikomanagement identifiziert sowie eine Reihe von Vorbeugungsmaßnahmen (Bewertung von Umweltaspekten und -einflüssen). | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.11, 4.12, 4.13, EN18, EN26, EN30, EC2, LA4, EN26, EN30, SO5 |
| 8 | Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen. | Die Verbreitung der Umweltpolitik von SanLucar und der besseren Umweltpraxis sind die beste Form, Umweltverantwortung zwischen Mitarbeitern, Kunden, Anbauern und Lieferanten zu fördern. Ständige Sensibilisierung mittels interner Kommunikation und Schulung von Schlüsselpersonen. | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, EN1, EN2, EN3, EN4, EN5, EN6, EN7, EN8, EN9, EN10, EN11, EN12, EN13, EN14, EN15, EN16, EN17, EN18, EN19, EN20, EN21, EN22, EN23, EN24, EN25, EN26, EN27, EN28, EN29, EN30, SO5, PR3, PR4 |
| 9 | Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern. | Beste Technologien zu kennen und zu verbreiten ist eine der Verpflichtungen von SanLucar mit den Anbauern – Wissen teilen und bei der Umsetzung weiterhelfen, immer wenn notwendig. | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, EN2, EN5, EN6, EN7, EN10, EN18, EN26, EN27, EN30, SO5 |
| Korruptionsbekämpfung | | | |
| 10 | Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung. | SanLucar hat hierfür einen Ethikkodex, der auf allen Niveaus angewendet wird, ein integriertes Managementsystem, u. a. basierend auf der internationalen SA8000-Norm, und ein weltweites Netzwerk von CR-Botschaftern. Außerdem führt SanLucar eine ethische Homologierung von allen Lieferanten durch und ein Anbauerprofil auf drei Ebenen (Qualität, Ethik, Umwelt). Bevor mit neuen Partnern zusammengearbeitet wird, wird eine ausführliche Bewertung durchgeführt, wobei wir immer mit unseren Werten und Grundsätzen des Ethikkodex handeln. | 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, SO2, SO3, SO4, SO5, SO6 |

Anhang 3. Unternehmensdaten

Finanzprofil

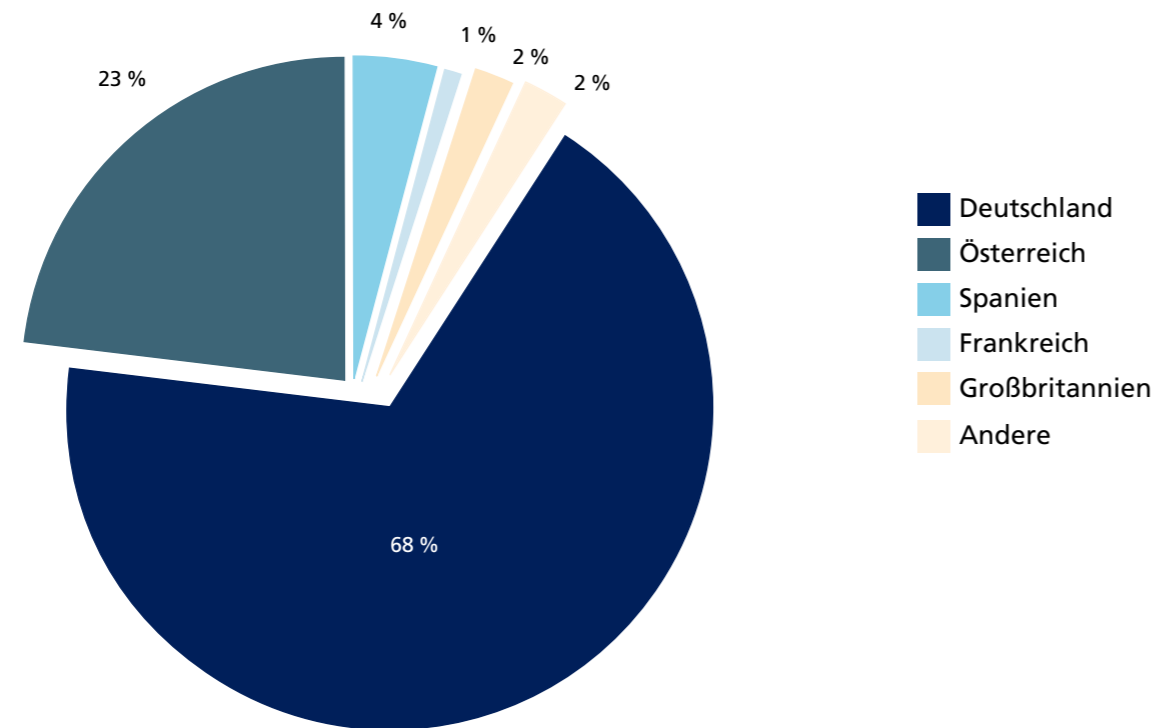
Verkaufsentwicklung in Millionen Euro



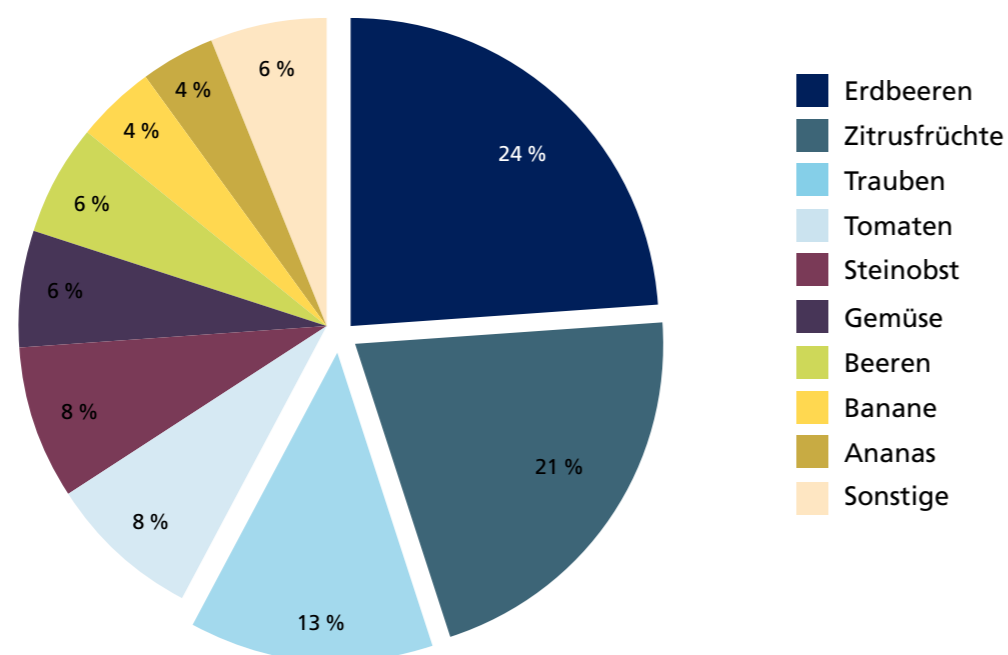
| Investitionen in Unternehmensverantwortung (Gesellschaft und Umwelt) in Euro | | |
|--|-----------------------------|---------------------|
| Unternehmen | Seit der Kampagne 2008/2009 | 2011/2012 |
| SanLucar Fruit S.L. | | 177.056,69 |
| La Cinquième Saison SA | 2.180.000 | 780.000 |
| SanLucar South Africa Citrus (Pty) Ltd* | | 40.000 |
| Andere Investitionen (Unternehmensengagement in Österreich) | | 50.000 |
| Gesamt | | 1.047.056,69 |

* Unternehmensaktivität seit April 2012.

**Verteilung der Verkäufe nach Ländern
Kampagne 2011/2012**



**Verteilung der Verkäufe nach Produkten
Kampagne 2011/12**



Mitarbeiter_innen

| Anzahl der Mitarbeiter_innen (konsolidierte Daten) | | | | |
|--|------------|------------|--------------|----------------|
| Berufsbezeichnung | Männer | Frauen | Gesamtanzahl | Frauenanteil |
| Vorstandsmitglieder (Exekutivkomitee) | 5 | 0 | 5 | 0,00 % |
| Abteilungsleiter_innen | 9 | 5 | 14 | 35,71 % |
| Manager_innen | 28 | 17 | 45 | 37,78 % |
| Sachbearbeiter_innen | 17 | 66 | 83 | 79,52 % |
| Techniker_innen | 82 | 47 | 129 | 36,43 % |
| Ein- und Verkäufer_innen | 16 | 27 | 43 | 62,79 % |
| Lager- und Produktionsmitarbeiter_innen | 373 | 782 | 1.155 | 67,71 % |
| Gesamtanzahl | 530 | 944 | 1.474 | 64,04 % |

| Spanien | | | |
|---|---|-----------|--------------|
| Berufsbezeichnung | Durchschnittliche Anzahl der Angestellten | | |
| | Männer | Frauen | Gesamtanzahl |
| Vorstandsmitglieder | 3 | 0 | 3 |
| Abteilungsleiter_innen | 6 | 2 | 8 |
| Manager_innen | 8 | 12 | 20 |
| Sachbearbeiter_innen | 5 | 38 | 43 |
| Techniker_innen | 42 | 34 | 76 |
| Ein- und Verkäufer_innen | 5 | 9 | 14 |
| Lager- und Produktionsmitarbeiter_innen | 2 | 1 | 3 |
| Gesamtanzahl | 71 | 96 | 167 |

| Portugal | | | |
|---|---|----------|--------------|
| Berufsbezeichnung | Durchschnittliche Anzahl der Angestellten | | |
| | Männer | Frauen | Gesamtanzahl |
| Vorstandsmitglieder | | | 0 |
| Abteilungsleiter_innen | | | 0 |
| Manager_innen | 1 | | 1 |
| Sachbearbeiter_innen | | 1 | 1 |
| Techniker_innen | 1 | 1 | 2 |
| Ein- und Verkäufer_innen | | | 0 |
| Lager- und Produktionsmitarbeiter_innen | 2 | 1 | 3 |
| Gesamtanzahl | 4 | 3 | 7 |

| Österreich | | | |
|---|---|----------|--------------|
| Berufsbezeichnung | Durchschnittliche Anzahl der Angestellten | | |
| | Männer | Frauen | Gesamtanzahl |
| Vorstandsmitglieder | | | 0 |
| Abteilungsleiter_innen | 1 | | 1 |
| Manager_innen | | | 0 |
| Sachbearbeiter_innen | 4 | 3 | 7 |
| Techniker_innen | | | 0 |
| Ein- und Verkäufer_innen | 3 | 4 | 7 |
| Lager- und Produktionsmitarbeiter_innen | 17 | 0 | 17 |
| Gesamtanzahl | 25 | 7 | 32 |

| Deutschland | | | |
|---|---|-----------|--------------|
| Berufsbezeichnung | Durchschnittliche Anzahl der Angestellten | | |
| | Männer | Frauen | Gesamtanzahl |
| Vorstandsmitglieder | 1 | 0 | 1 |
| Abteilungsleiter_innen | 2 | 0 | 2 |
| Manager_innen | 4 | 0 | 4 |
| Sachbearbeiter_innen | 1 | 9 | 10 |
| Techniker_innen | 14 | 4 | 18 |
| Ein- und Verkäufer_innen | 6 | 8 | 14 |
| Lager- und Produktionsmitarbeiter_innen | 1 | 0 | 1 |
| Gesamtanzahl | 29 | 21 | 50 |

| Tunesien | | | |
|---|---|------------|--------------|
| Berufsbezeichnung | Durchschnittliche Anzahl der Angestellten | | |
| | Männer | Frauen | Gesamtanzahl |
| Vorstandsmitglieder | 1* | | 1 |
| Abteilungsleiter_innen | | 2 | 2 |
| Manager_innen | 12 | 3 | 15 |
| Sachbearbeiter_innen | 6 | 12 | 18 |
| Techniker_innen | 20 | 8 | 28 |
| Ein- und Verkäufer_innen | 1 | 6 | 7 |
| Lager- und Produktionsmitarbeiter_innen | 198 | 594 | 792 |
| Gesamtanzahl | 238 | 625 | 863 |

* Dieselbe Person für Tunesien und Südafrika.

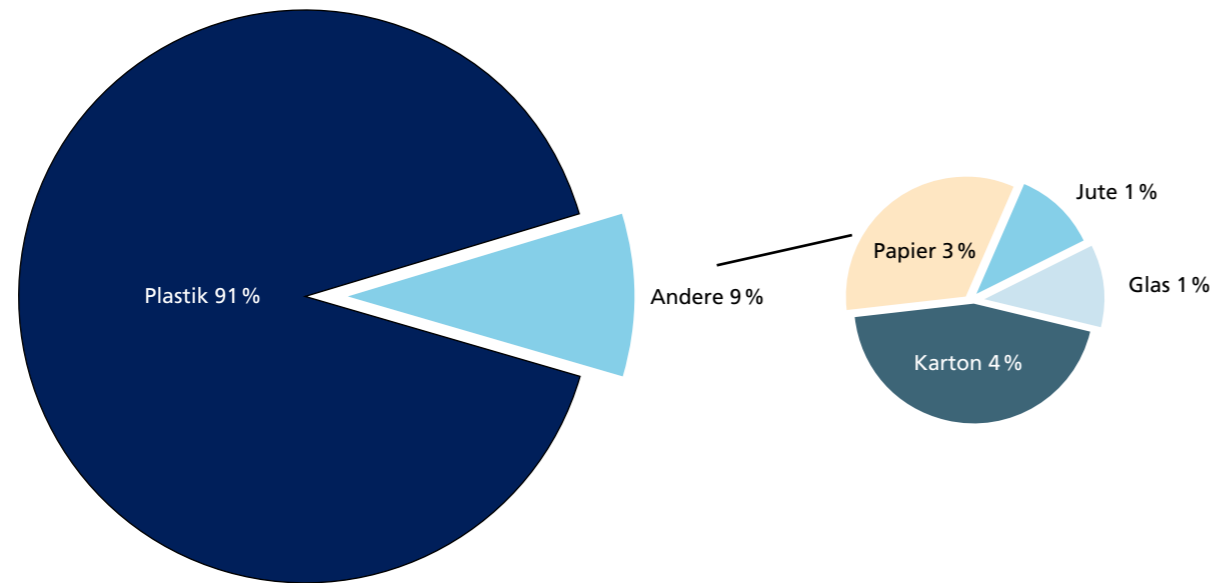
| Südafrika | | | |
|---|---|------------|--------------|
| Berufsbezeichnung | Durchschnittliche Anzahl der Angestellten | | |
| | Männer | Frauen | Gesamtanzahl |
| Vorstandsmitglieder | 1* | | 0 |
| Abteilungsleiter_innen | | 1 | 1 |
| Manager_innen | 3 | 2 | 5 |
| Sachbearbeiter_innen | 1 | 3 | 4 |
| Techniker_innen | 5 | | 5 |
| Ein- und Verkäufer_innen | 1 | | 1 |
| Lager- und Produktionsmitarbeiter_innen | 153 | 186 | 339 |
| Gesamtanzahl | 163 | 192 | 355 |

■ Verwendetes Verpackungsmaterial

| Material | Gewicht (kg) |
|-----------------|------------------|
| Transportkarton | 3.218.530 |
| Holz | 1.090.151 |
| Plastik | 709.263 |
| Karton | 688.070 |
| Papier | 127.506 |
| Jute | 9.527 |
| Glas | 7.095 |
| Korb | 537 |
| Stroh | 503 |
| Kork | 36 |
| Stoff | 27 |
| Gesamt | 5.851.245 |

| Zielort des Materials | Verbraucher | Supermarkt | Gesamtanzahl |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Verpackungsmaterial (Kisten) | 366.968 | 4.599.627 | 4.966.595 |
| Verpackungseinheit (Verpackung, die zum Verbraucher gelangt) | 781.989 | 102.661 | 884.650 |
| Gesamt | 1.148.957 | 4.702.288 | 5.851.244 |

Materialien, die zum Verbraucher gelangen (Verkaufseinheit)



Anhang 4. Kontakte

Ilka Hein

Head of Communication, PR and CR
Büro Deutschland
Ilka spricht Deutsch und Englisch
Mobil: +49 170 913 6882
E-Mail: ilka.hein@sanlucar.com

Delia García

Corporate Responsibility Manager
Büro Spanien/International
Delia spricht Spanisch, Englisch,
Deutsch, Portugiesisch
Festnetz: +34 961 42 40 40 | Extn. 2192
Mobil: +34 648 039 692
Fax: +34 961 424 247
E-Mail: delia.garcia@sanlucar.com

Nancy Daiss

Corporate Responsibility Project
Developer
Büro Spanien/International
Nancy spricht Deutsch, Spanisch,
Englisch, Französisch
Festnetz: +34 961 42 40 40 | Extn. 2258
Mobil: +34 618 902 836
Fax: +34 961 424 238
E-Mail: nancy.daiss@sanlucar.com

Anhang 5. Zertifikate

Zertifikate: SA8000, ISO 9001, IFS, QS



Anhang 6. Glossar

Corporate Responsibility/Unternehmensverantwortung

Die Europäische Kommission veröffentlichte im Jahr 2011 eine neue Definition, wonach CSR »[...] die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft ist. Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung in vollem Umfang gerecht werden, sollten sie auf ein Verfahren zurückgreifen können, mit dem soziale, ökologische, ethische, Menschenrechts- und Verbraucherbelange in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert werden. Auf diese Weise

- soll die Schaffung gemeinsamer Werte für die Eigentümer/Aktionäre der Unternehmen sowie die übrigen Stakeholder und die gesamte Gesellschaft optimiert werden;
- sollen etwaige negative Auswirkungen aufgezeigt, verhindert und abgefedert werden.«

Stakeholder/Interessengruppen

Als Stakeholder werden die verschiedenen unternehmensinternen und -externen Interessen- und Anspruchsgruppen von Unternehmen bezeichnet, die direkt oder indirekt durch die Unternehmenstätigkeit beeinflusst werden. Oft ist die Beziehung auch reziprok, so dass die Interessengruppen ihrerseits Einfluss auf das Unternehmensgeschehen nehmen können.

Stakeholder von SanLucar sind u. a. die Mitarbeiter, die Anbauer und Lieferanten, die Kunden sowie die örtlichen Gemeinden.

GRI-Indikatoren (Global Reporting Initiative)

Leitfaden, der mit Hilfe von weltweit anwendbaren Richtlinien die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Organisationen unterstützt. Der Berichtsrahmen einschließlich des Leitfadens legt die Prinzipien und Indikatoren dar, die Organisationen nutzen können, um ihre ökonomische, ökologische und soziale Leistung zu messen.

www.globalreporting.com

Global Compact

Dieser umfasst zehn Prinzipien, die der Deklaration der Menschenrechte, den Kernarbeitsnormen der internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und der Rio-Deklaration (im Bereich Umweltschutz) sowie der UN-Konvention gegen Korruption entnommen sind. Unternehmen, die den Global Compact unterzeichnen, erkennen folgende Prinzipien an:

Menschenrechte

1. Respektierung und Förderung des Schutzes der internationalen Menschenrechte im eigenen Einflussbereich
2. Sicherstellung, dass sich das eigene Unternehmen nicht an Menschenrechtsverletzung beteiligt

Arbeitsnormen

3. Wahrung der Versammlungsfreiheit und wirksame Anerkennung des Rechts zu Kollektivverhandlungen
4. Abschaffung jeglicher Art von Zwangsarbeit
5. Abschaffung von Kinderarbeit
6. Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung

Umweltschutz

7. Unterstützung eines versorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen
8. Ergreifung von Schritten für die Förderung einer größeren Verantwortung gegenüber der Umwelt
9. Hinwirkung auf die Entwicklung und Verbreitung von umweltfreundlichen Technologien

Korruptionsbekämpfung

10. Bekämpfung von Korruption in allen Formen, einschließlich Erpressung und Bestechlichkeit

www.unglobalcompact.com

SA8000

Der Sozialmanagementstandard SA8000 wurde 1997 auf Grundlage der internationalen Menschenrechtskonventionen und auf Empfehlungen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) entwickelt mit der Absicht, die Arbeitsbedingungen, insbesondere in Zulieferbetrieben aus Entwicklungsländern, weltweit zu verbessern. An der Entwicklung des Standards waren Repräsentanten von Unternehmen, NGOs, GOs, Arbeitern, Gewerkschaften und Unternehmen aller Branchen beteiligt.

Der Standard basiert auf einer Vielzahl von bestehenden internationalen Dokumenten über Menschenrechte einschließlich der Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), der Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen und der UN-Konventionen für die Rechte der Kinder. Bei der Entwicklung von SA8000 wurde zudem auf eine Kompatibilität zu bestehenden Managementsystemen wie der ISO 9000 (Qualitätsmanagement) oder der ISO-14001-Reihe geachtet.

Im Einzelnen berücksichtigt SA8000 folgende Themenbereiche:

- Verbot von Kinderarbeit
- Verbot von Zwangsarbeit
- Gewährleistung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Recht auf die Bildung von Arbeitnehmerorganisationen und auf kollektive Verhandlungen
- Verbot der Diskriminierung
- Verbot von Strafmaßnahmen
- eine Begrenzung der wöchentlichen Arbeitszeit auf max. 48 Stunden (zusätzlich, auf freiwilliger Basis, max. zwölf Überstunden pro Woche)
- ausreichende Entlohnung
- Vorhandensein von Managementsystemen, die die Einhaltung dieser Bedingungen effizient sicherstellen

UPJ

UPJ ist das Netzwerk engagierter Unternehmen und gemeinnütziger Mittlerorganisationen in Deutschland. Die Akteure wie Unternehmen, gemeinnützige Organisationen und öffentliche Verwaltungen unterstützen sich gegenseitig bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Corporate-Citizenship- und Responsibility-Aktivitäten.

<http://www.upj.de/>

BEE – Black Economic Empowerment

Black Economic Empowerment ist ein Instrument der Gleichstellungspolitik, das im Januar 2004 von der südafrikanischen Regierung als gesetzliche Maßnahme eingeführt wurde. Das Programm setzt sich zum Ziel, Chancengleichheit auf dem Arbeitsmarkt, bei der Ausbildungsförderung, der Schaffung von Eigentum, Besetzung von Führungspositionen, sozioökonomischen Entwicklungen und öffentlicher Auftragsvergabe von der bisher benachteiligten Bevölkerung (Schwarze, Farbige, Inder/Asiaten) in Organisationen zu stärken.

KAM (Key-Account-Manager)

Die Aufgabe eines Key-Account-Managers ist die Betreuung von Großkunden, die eine Schlüsselstellung für das Unternehmen darstellen. Der KAM kümmert sich intensiv um die Belange des Großkunden und vertritt ihn und seine Interessen im Unternehmen.

■ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)

Das HACCP-Konzept ist ein vorbeugendes System, das die Sicherheit von Lebensmitteln und Verbrauchern gewährleisten und prozess- wie produktspezifische Maßnahmen zum Schutz der Gesundheit des Verbrauchers erhalten soll.

■ IFS (International Food Standard)

IFS ist ein einheitlicher Sicherheitsstandard für Lebensmittel der Organisation des deutschen und französischen Einzelhandels, der geschaffen wurde, um einheitliche Beurteilungsgrundlagen für alle Produzenten von Eigenmarken einzuführen.

■ Global G.A.P.

Bei Global G.A.P handelt es sich um eine privatwirtschaftliche Organisation, die weltweit freiwillige Standards zur Zertifizierung von landwirtschaftlichen Produkten vergibt. Bei dem Zertifikat handelt es sich um einen Referenzstandard für gute Agrarpraxis, wobei die Erwartungen der Verbraucher die Grundlage für die landwirtschaftliche Produktion darstellen.

■ QS (Qualität und Sicherheit)

Die »QS Qualität und Sicherheit GmbH« hat ein System für geprüfte Qualitätssicherung von der Erzeugung bis zur Vermarktung geschaffen. Dabei handelt es sich um ein stufenübergreifendes System, das Qualität und Herkunft in der Herstellung, Verarbeitung und Vermarktung von Lebensmitteln in allen Phasen der Lebensmittelverarbeitungskette sicherstellen soll. Dabei wird jeder Betrieb in regelmäßigen Abständen auf Einhaltung der spezifischen Kriterien zu Produktion, Transport, Lagerung und Hygiene überprüft.

■ Rückverfolgbarkeit

Nach der Regelung (UE) 178/2002 versteht man unter Rückverfolgbarkeit: »Die Möglichkeit, den Weg durch alle Produktionsetappen, die Veränderungen und die Verteilung von einem Nahrungsmittel oder von einer Substanz, die in ein Nahrungsmittel eingefügt wird oder die wahrscheinlich zu diesem Zwecke verwendet wird, zurückzuverfolgen.«



© Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieses Berichts, Inhalt oder Bilder, darf ohne schriftliche Genehmigung von der SanLucar Group vervielfältigt, unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet oder verbreitet werden.

Der Bericht bezieht sich auf den Zeitraum vom 1. Juli 2011 bis 30. Juni 2012.

Aus Gründen der Lesbarkeit wird in dem folgenden Bericht teilweise die maskuline Form für beide Geschlechter verwendet. Selbstverständlich gelten Aussagen gleichermaßen für Frauen und Männer.

Kontakt:

SanLucar Fruit, S.L. | Serra Llarga, 24 | 46530 Puzol | Valencia | España
E-Mail: CR-Team@sanlucar.com

Sie finden SanLucar auch auf:



Dieser Bericht wurde nach dem GRI-Standard Version 3.1 selbstüberprüft.
Die Anwendungsebene A für den Bericht ist vom Unternehmen selbst erklärt worden.

