


OMIRA

NACHHALTIGKEIT

BERICHT 2015



UNSERE VERANT WORTUNG

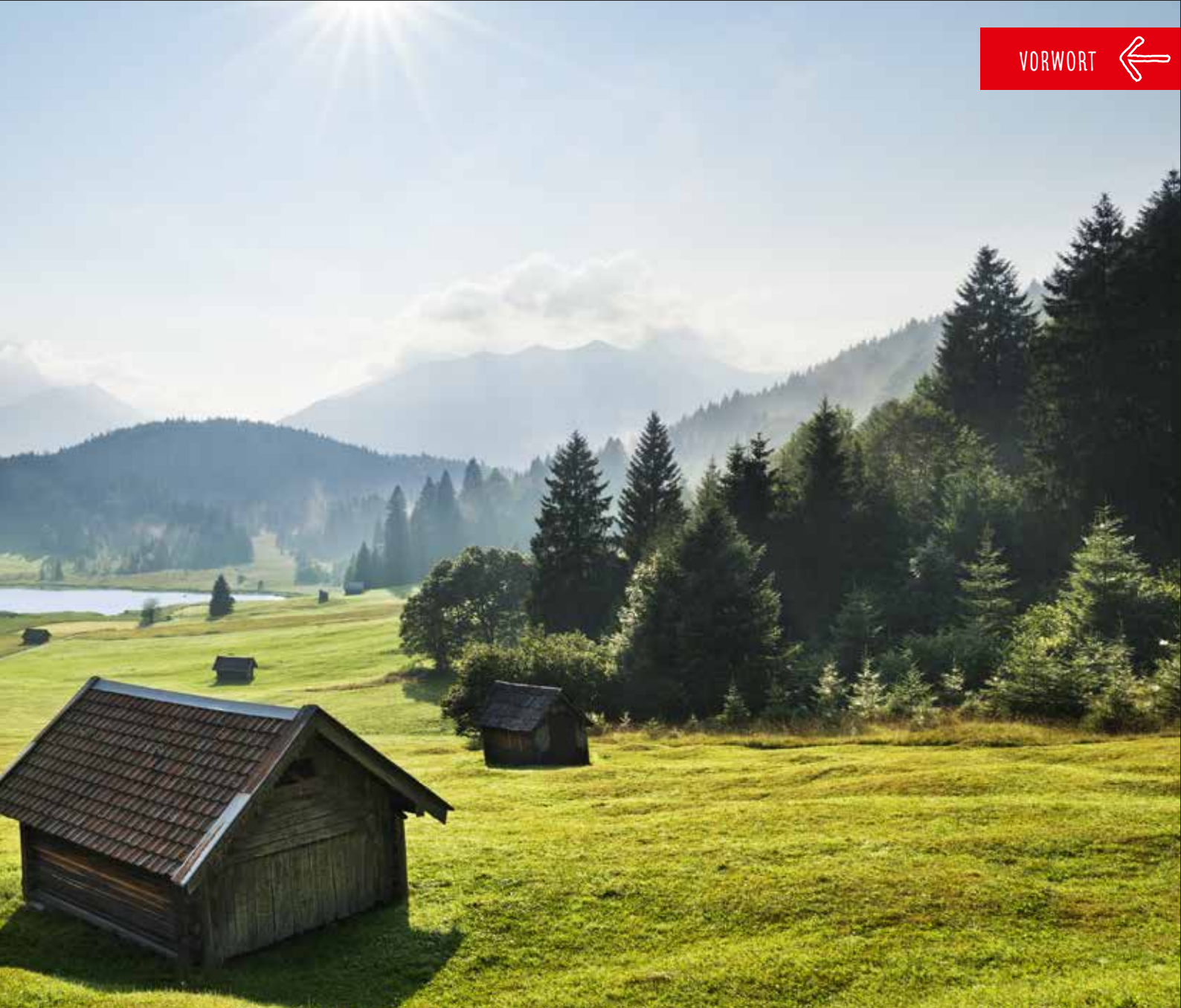
Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

wenn es aktuell ein Thema weltweit und über alle Branchen hinweg gibt, dann dieses: Nachhaltigkeit. Ursprünglich stammt der Begriff aus der Forstwirtschaft und zielte auf eine Ressourcennutzung, die die Regenerationsfähigkeit des Waldes berücksichtigt. Verhältnismäßig jung ist die aktuelle Verwendung des Begriffs, die erst mit den aufkommenden umweltpolitischen Diskussionen nahezu alle gesellschaftlichen Bereiche erobert hat.

Unternehmen veröffentlichen heute nicht nur Jahresberichte, sondern auch Nachhaltigkeitsberichte – ab 2017 werden sie für viele sogar zur Pflicht. Wer sich hier messen lassen will, muss nicht nur zahlreiche Prozesse im Unternehmen umsetzen, er muss sich auch an strengen und umfangreichen Regularien orientieren. Das kann kein Unternehmen nebenbei erledigen – und wer es

ernst meint mit der Nachhaltigkeit, nimmt diese Aufgabe in aller Konsequenz professionell an. Wir haben uns dazu entschlossen.

Als milchverarbeitender Betrieb mit langer Tradition in Süddeutschland verhalten sich OMIRA und ihre Milchzeuger seit jeher verantwortungsbewusst und agieren mit großer Sorgfalt für Mensch, Tier und Umwelt. Ab 2014 haben wir damit begonnen, Nachhaltigkeit im Unternehmen und über die gesamte Wertschöpfungskette vom Landwirt bis hin zu unseren Kunden zu verankern. Ein Prozess, den wir immer weiter optimieren. Von der Nachhaltigkeitsstrategie über entsprechende Managementstrukturen bis hin zum Nachhaltigkeitsbeauftragten und diesem, unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht 2015, treiben wir das Thema voran.



Die Begleitumstände sind dabei angesichts der fallenden Milchpreise für alle Beteiligten nicht einfach gewesen. Für ein genossenschaftlich organisiertes Unternehmen dürfen natürlich die ökonomischen Aspekte den ökologischen und sozialen keinesfalls nachstehen. Doch wir meinen, neue Chancen liegen gerade in der Nachhaltigkeit: Regionalität, Tierwohl und Klimaschutz sind dabei die entscheidenden Faktoren, die dem Unternehmen und seinen Mitgliedern Stabilität und Wachstum bringen können. Wir sind zugegebenermaßen ein wenig stolz auf das, was wir in der Kürze der Zeit bereits erreicht haben: Mit dem KUH-Konzept, entwickelt für unsere Milcherzeuger in Zusammenarbeit mit der Universität Weihenstephan-Triesdorf, können wir entscheidend die Weichen stellen in Richtung Zukunft der heimischen Milchwirtschaft. Außerdem nähern wir uns schon jetzt in großen Schritten dem Status

„klimaneutrales Unternehmen“ und sind sicher, dieses Ziel 2016 realisieren zu können. Und wir haben uns noch viel vorgenommen. Folgen Sie uns einfach durch die nächsten Seiten und erfahren Sie mehr über Nachhaltigkeit bei OMIRA, wir freuen uns über Ihr Interesse.

Ralph Wonnemann
Geschäftsführer





Vorwort

2, 3

1

STRATEGIE

Nachhaltigkeit als Aufgabe

- | | | |
|-----|-------------------------------------|----|
| 1.1 | Das Fundament legen | 7 |
| 1.2 | Den Auftrag annehmen | 7 |
| 1.3 | Ins Unternehmen integrieren | 8 |
| 1.4 | Klare Bekenntnisse | 9 |
| 1.5 | Regionalität als Chance | 10 |
| 1.6 | In Kontakt mit unseren Stakeholdern | 11 |

2

UNTERNEHMEN

Omira – eine starke Gemeinschaft

- | | | |
|-----|-----------------------|--------|
| 2.1 | Struktur der OMIRA | 13, 14 |
| 2.2 | Die Richtung vorgeben | 15 |

3

PRODUKTE UND MÄRKTE

Höchste Qualität aus Süddeutschland

- | | | |
|-----|---|--------|
| 3.1 | Kompetenter Partner der Lebensmittelindustrie | 17 |
| 3.2 | MinusL: Pionier bei laktosefreien Produkten | 17 |
| 3.3 | Frische aus der Region | 17 |
| 3.4 | Ausgezeichnet von der DLG | 18 |
| 3.5 | Langjährige Produktqualität bescheinigt | 18 |
| 3.6 | Qualitätsmanagement – kundenorientiert und auf hohem Niveau | 18, 19 |
| 3.7 | Lieferantenmanagement: Je nachhaltiger, desto besser | 20, 21 |

4

ETHIK

Respektvoll im Umgang miteinander

- | | | |
|-----|--|----|
| 4.1 | Mitarbeiter fördern | 23 |
| 4.2 | Offen in der Kommunikation | 23 |
| 4.3 | Fairness im Umgang mit Mitarbeitern und Partnern | 23 |
| 4.4 | Menschenrechte im Blick | 23 |
| 4.5 | Für ein korrektes Miteinander | 23 |



5

LANDWIRTSCHAFT

Das KUH-Konzept: Nachhaltigkeit bei unseren Milcherzeugern

| | | |
|-----|--------------------------------|----|
| 5.1 | Das KUH-Konzept | 25 |
| 5.2 | Weniger Antibiotika | 27 |
| 5.3 | Fütterung ohne Gentechnik | 27 |
| 5.4 | Klimawandel und Landwirtschaft | 27 |

6

UMWELT

Umweltschutz heißt: Verbrauch senken

| | | |
|-----|------------------------------------|----|
| 6.1 | Ziel: ab 2016 klimaneutral | 29 |
| 6.2 | Sinnvoll: Treibhausgaskompensation | 30 |
| 6.3 | Rückläufiger Energieverbrauch | 32 |
| 6.4 | Energie für Transporte | 32 |
| 6.5 | Mit ausgezeichnetem Beispiel voran | 32 |
| 6.6 | Gewusst wie: Wasser sparen | 33 |
| 6.7 | Abfall möglichst verwerten | 33 |

7

GESELLSCHAFT

Mitarbeiter und Soziales

| | | |
|-----|--|----|
| 7.1 | Stabile Mitarbeiterzahlen | 35 |
| 7.2 | Ausbildungsquote mit steigender Tendenz | 36 |
| 7.3 | Leistungen über den Tarif hinaus | 36 |
| 7.4 | Gesundheit und Sicherheit immer im Blick | 38 |
| 7.5 | Gesundheit als kontinuierlicher Prozess | 38 |
| 7.6 | Mitarbeiterkompetenz als Schlüssel zu nachhaltigem Handeln | 38 |
| 7.7 | Unser soziales Engagement in der Region | 39 |

| | |
|---------------------|---------|
| > Herzlichen Dank | 40 |
| > GRI Index | 42 - 45 |
| > Berichtsprofil | 46 |
| > Impressum/Kontakt | 46 |



1

- 1.1 Das Fundament legen
- 1.2 Den Auftrag annehmen
- 1.3 Ins Unternehmen integrieren
- 1.4 Klare Bekenntnisse
- 1.5 Regionalität als Chance
- 1.6 In Kontakt mit unseren Stakeholdern

NACHHALTIGKEIT ALS AUFGABE

Die Molkerei OMIRA muss als verantwortungs-
bewusstes Unternehmen mit genossenschaftlichen
Werten selbstverständlich gewinnorientiert im
Sinne ihrer Mitglieder handeln. Gleichzeitig muss
nachhaltiges Wirtschaften und der respektvolle
Umgang mit der Umwelt das unternehmerische
Handeln bestimmen.

1.1 Das Fundament legen

Dies war die Motivation von OMIRA, sich für die Einführung eines Nachhaltigkeitsmanagements zu entscheiden. Nach einer intensiven Entwicklungsphase, in die auch externe Experten einbezogen wurden, starteten wir bereits in 2015 mit einem belastbaren und professionellen Nachhaltigkeitskonzept. Basis des Modells ist ein ganzheitlicher Ansatz, der die drei Bereiche Ökologie, Ökonomie und Soziales umfasst.

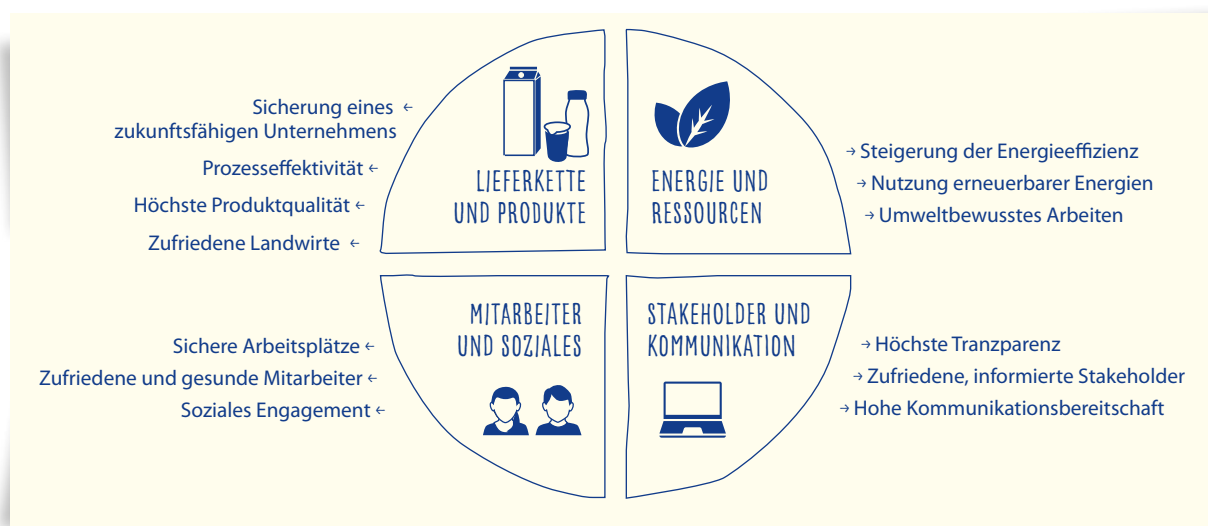
Damit wir uns im nationalen und internationalen Wettbewerb stabil aufstellen können, haben wir die umfassende Strategie „OMIRA 2020plus“ entwickelt. Wichtige Elemente des Konzepts sind die besondere Herkunft des Rohstoffs Milch sowie ein klares Bekenntnis zu Qualität und Nachhaltigkeit.

Unsere Nachhaltigkeitsleitlinien basieren dabei auf fünf Grundsätzen: u.a. Reduktion von Abfällen, Emissionen, Energie- und Wasserverbrauch sowie verstärkter Einsatz effizienter Technologien. Um die Umweltverträglichkeit entlang der gesamten Lieferkette zu garantieren, wollen wir dieselben strengen Maßstäbe an alle unsere Partner und Dienstleister anlegen. Auch unser Produktangebot wird nachhaltig erweitert. Mitarbeiter und Öffentlichkeit werden fürs Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert und umfassend darüber informiert.

Die Nachhaltigkeitsstrategie bezieht sich zum einen auf die Abläufe in der Molkerei und zum anderen auf das agrarwirtschaftliche Nachhaltigkeitskonzept „KUH“ für unsere Landwirte.



UNSERE LANGFRISTIGEN ZIELE



1.2 Den Auftrag annehmen

Die oberste Entscheidungsinstanz innerhalb unseres Nachhaltigkeitsmanagements ist die Geschäftsführung. Der Nachhaltigkeitsbeauftragte unterstützt sie bei der Erarbeitung von strategischen Ansätzen im Nachhaltigkeitsmanagement und ist für den internen und externen Informationsaustausch, die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts und weitere übergeordnete Aufgaben verantwortlich.

Einer der ersten konkreten Schritte auf dem Weg in die Nachhaltigkeit: OMIRA besetzt zum 1. Januar 2015 die verantwortungsvolle Position des Nachhaltigkeitsbeauftragten mit Dr. Johannes Eder, Agrar-Ingenieur und mit der Milchwirtschaft bestens vertraut. Er ist verantwortlich für

die Koordination und Führung der jeweiligen Arbeitsgruppen, die Verankerung der Nachhaltigkeit im Unternehmen und die systematische Umsetzung in internen Strukturen und Prozessen.

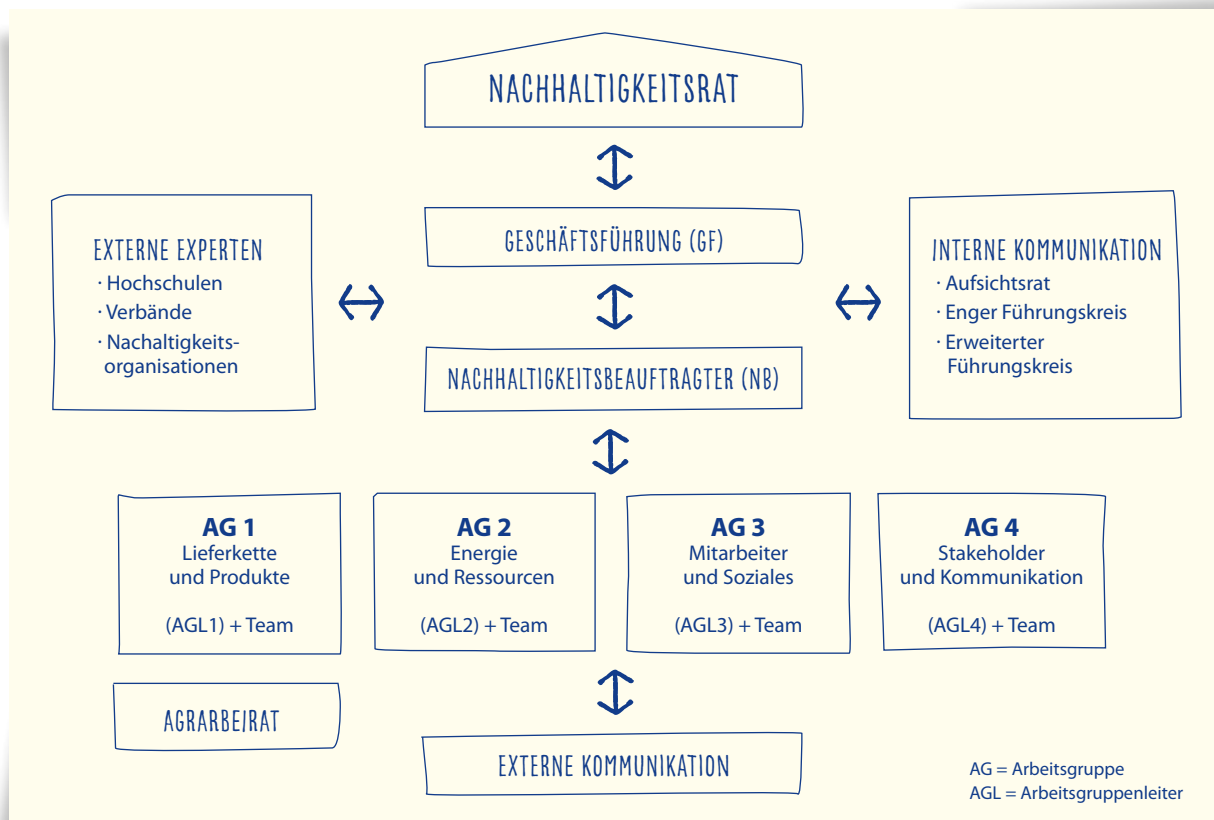


Dr. Johannes Eder

Nachhaltigkeitsbeauftragter



UNSER NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT



1.3 Ins Unternehmen integrieren

Die Basis des Nachhaltigkeitsmanagements bilden vier Arbeitsgruppen, die jeweils für einen bestimmten Handlungsbereich verantwortlich sind. Sie entwickeln in Zusammenarbeit mit externen Partnern und der Geschäftsführung im Kontext unserer Nachhaltigkeitsvision Richtlinien, Standards und zu erreichende Ziele. Zu den weiteren Aufgaben der Arbeitsgruppen zählen die Entwicklung von Maßnahmen zur Realisierung von Zielen innerhalb der thematischen Schwerpunkte, die Bildung zu-

ständiger Projektgruppen, die Verfolgung der Umsetzung von Projekten und die Berichterstattung an den Nachhaltigkeitsbeauftragten sowie die Geschäftsführung.

In der Vorbereitung für unseren Nachhaltigkeitsbericht haben das Nachhaltigkeitsteam und Kooperationspartner die Kriterienauswahl getroffen und eine interne Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Folgende Themen sind dabei als Schwerpunkte der künftigen Nachhaltigkeitsarbeit ermittelt worden:

THEMENSCHWERPUNKTE DER NACHHALTIGKEITSARBEIT

| ÖKONOMIE  | ÖKOLOGIE  | SOZIALES  |
|---|--|---|
| <p>Wirtschaftliche Leistung</p> <p>Marktpräsenz</p> <p>Investitionen</p> <p>Beschaffung von Rohstoffen</p> <p>Qualitätsmanagement</p> | <p>Material</p> <p>Energie</p> <p>Klimaschutz</p> <p>Biodiversität</p> <p>Wasser</p> <p>Tierwohl</p> | <p>Mitarbeiter und Beschäftigung</p> <p>Arbeitssicherheit</p> <p>Aus- und Weiterbildung</p> <p>Vielfalt und Chancengleichheit</p> <p>Menschenrechte und Compliance</p> <p>Soziales Engagement</p> <p>Kundengesundheit- und sicherheit</p> <p>Produktverantwortung</p> |

1.4 Klare Bekenntnisse

Transparenz und damit Nachvollziehbarkeit sind wesentliche Aspekte nachhaltigen Handelns. Aus diesem Grund sind wir seit Februar 2015 Teil des UN Global Compact.



WE SUPPORT

Der UN Global Compact ist die weltweit größte und wichtigste Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Die Vision des UN Global Compact, eine nachhaltige Weltwirtschaft auf der Grundlage von zehn universellen Prinzipien, tragen wir mit.

Alle weltweit teilnehmenden Unternehmen stehen gemeinsam für die Achtung der Menschenrechte, die Einhaltung von Arbeitsnormen, die Korruptionsbekämpfung und den Umweltschutz ein. Wir werden uns in allen Bereichen engagieren und hierzu jährlich über

Fortschritte und Maßnahmen berichten. Zudem sind wir Mitglied von Sedex geworden, einer Organisation und Plattform für „Supplier Ethical Data Exchange“. Hier können Unternehmen ethisch und ökologisch relevante Informationen veröffentlichen und mit ihren Stakeholdern teilen.



Durch die Mitgliedschaft in verschiedenen nationalen und regionalen Organisationen (u.a. Milchindustrieverband, Genossenschaftsverband, Arbeitgeberverband, Zentrale Marktberichterstattung) haben wir die Möglichkeit, das Thema Nachhaltigkeit in weiteren Gremien zu kommunizieren.





1.5 Regionalität als Chance

Gerade in unserem ersten Berichtsjahr 2015 war der Milchmarkt durch den Wegfall der Milchquote stark unter Druck geraten. Milchpreise im freien Fall bereiteten nicht wenigen unserer Milcherzeuger in den Genossenschaften große Sorgen. Nach wie vor stellt die Volatilität des Milchpreises ein hohes Risiko dar. Darüber hinaus ist auch das Thema „Klimawandel“ in der europäischen Landwirtschaft angekommen. Ebenso rückt die Frage nach dem Tierwohl zunehmend in den Fokus der Verbraucher – und wird so zu einer der wichtigen Herausforderungen der Zukunft für Landwirte.

OMIRA hat diese Situation zum Anlass genommen, klar Position zu beziehen – für unsere regionale Milchwirtschaft. Wir sind davon überzeugt, wenn wir diese Aufgaben gemeinsam mit unseren Milcherzeugern annehmen

und tragfähige Lösungsansätze entwickeln, eröffnen sich neue Chancen. Auf Dauer werden auch die Landwirte von einer höheren Wertschöpfung profitieren.

Die Förderung regionaler Familienbetriebe, die Intensivierung einer ressourcenschonenderen, heimischen Landwirtschaft, die Verbesserung des Tierwohls: All das bildet langfristig für immer mehr Verbraucher eine echte Alternative zur globalen Milchwirtschaft mit industrialisierter Milchviehhaltung und entsprechenden Erzeugnissen. Eine Alternative, die sich durchsetzen wird.

Die Entwicklung im Verlauf des Jahres hat uns darin bestärkt die OMIRA Regionalmarke weiter auszubauen und konsequent auf Regionalität und Nachhaltigkeit zu setzen.

1.6 In Kontakt mit unseren Stakeholdern

Seitdem wir begonnen haben, das Nachhaltigkeitsprogramm aufzubauen, nutzen wir jede Möglichkeit, unsere Mitarbeiter, Kunden, Gesellschafter, Partner und andere Stakeholder aktiv in die Prozesse mit einzubinden. Der Nachhaltigkeitsrat befindet sich aktuell noch im Aufbau und soll sich zukünftig aus den unterschiedlichen Stake-

holdergruppen zusammensetzen, er soll neue Impulse zu wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen geben und darüber beraten. Ziel ist hier der Wissensaustausch und die Informationsvermittlung an beteiligte Interessensgruppen sowie die Förderung nachhaltigen Denkens im Unternehmen.

AUSWAHL, THEMEN UND EINBEZIEHUNG UNSERER STAKEHOLDER

| STAKEHOLDER | THEMEN | KOMMUNIKATIONS-KANÄLE | UNSERE AKTIVITÄTEN |
|---------------------------------------|--|---|--|
| Arbeitnehmer | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis Arbeitsplatzsicherheit Angemessene Entlohnung Chancengleichheit | Betriebsrat und Betriebsversammlung Mitarbeitergespräche | Betriebliches Gesundheitsmanagement Personalentwicklung Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung |
| Kunden | Nachhaltige und gesellschaftliche Verantwortung Partnerschaftliche Zusammenarbeit Produktsicherheit Liefersicherheit Hochwertige und bezahlbare Produkte | kontinuierlicher persönlicher Dialog Kundengespräche Teilnahme an Messen | Gemeinsame Projekte Erfahrungsaustausch |
| Partner, Behörden, Verbände, Kommunen | Nachhaltigkeitsberatung Erarbeitung von neuen Konzepten Einbindung in unsere Nachhaltigkeitsentwicklung | Kontinuierlicher Dialog | Gemeinsame Projekte Erarbeitung von neuen Konzepten |
| NGOs | Biodiversität, Klimaschutz | Kontinuierlicher Dialog Persönlicher Kontakt | Gemeinsame Projekte |
| Zulieferer/ Landwirte | Tierwohl, Energieeffizienz Preisstabilität Langfristige Perspektive | direkter persönlicher Kontakt Milchpost Jährliche Gesellschafterversammlung | Technische Beratung Erfahrungsaustausch Lieferantenbewertungsbögen |



2

- 2.1 Struktur der OMIRA
- 2.2 Die Richtung vorgeben

OMIRA – EINE STARKE GEMEINSCHAFT

Als genossenschaftlich organisiertes Unternehmen befindet sich OMIRA im Besitz von rund 2.600 Milch-erzeugern, von denen viele ihre Milch bereits seit Generationen an uns liefern. Im Laufe der Zeit ist eine enge Verbundenheit entstanden und gemeinsam ist es uns gelungen über die Jahrzehnte erfolgreich zu wirtschaften und unternehmerische Herausforderungen zu meistern. Nur aufgrund des großen Engagements aller Beteiligten stehen wir da, wo wir heute stehen – und sind gut gerüstet für die Zukunft.

2.1 Struktur der OMIRA

STANDORTE (📍) UND MILCHEINZUGSGEBIET (□)



Unsere Milcherzeuger erwerben Geschäftsanteile des Unternehmens und sind somit an einer langfristig erfolgreichen Unternehmensentwicklung persönlich interessiert. Eine Gemeinschaft, die stark macht.

Die Milcherzeuger des OMIRA Kerngebiets schließen Lieferverträge direkt mit OMIRA ab und sind in Liefergruppen zusammengefasst. Jeder Liefergruppe steht ein Obmann vor, der treuhänderisch die Summe der Anteile seiner Liefergruppe an OMIRA hält und als Gesellschafter eingetragen ist.

Die anderen Milcherzeuger sind Mitglieder einer unserer Genossenschaften (Allgäu-Milchwerk Neuravensburg eG, Albmilch Rottweil eG, Bezirksmolkerei Ansbach eG, Milchwerk Radolfzell eG, Milcherzeugergenossenschaft Reutlingen eG, Erzeugergemeinschaft Neuburger Milchwerke eG). Die Genossenschaften ihrerseits sind ebenfalls Gesellschafter von OMIRA.

Alle Milcherzeuger sind entsprechend ihrer regionalen Herkunft direkt in den OMIRA -Gremien (Aufsichtsrat und Agrarbeirat) repräsentiert. In der jährlichen Versammlung der Gesellschaftervertreter (also der Obmänner und der Vorstände und Aufsichtsräte der Genossenschaften) tagen die Entscheidungsträger gemeinsam.

OMIRA AUF EINEN BLICK

831,9 Mio. kg Milchverarbeitung

2.279.178 kg durchschnittliche Milchverarbeitung pro Tag

820,2 Mio. kg Eigenanlieferung

11,7 Mio. kg Zukauf



2.643 Lieferanten im Jahresdurchschnitt

310.000 kg durchschnittliche Anlieferung je Lieferant

30,70 Cent je kg Auszahlungspreis im Durchschnitt aller Qualitäten inkl. Endabrechnung bei 4,20 % Fett, 3,40 % Eiweiß ohne MwSt.



31,53 Cent je kg Molkereileistung inkl. Nachzahlung für Alpenmilch

459,8 Mio. Euro Umsatz

124,4 Mio. Euro Bilanzsumme

10,7 Mio. Euro Investitionen

6,5 Mio. Euro Abschreibungen

51,0 Mio. Euro Eigenkapital





DER OMIRA KONZERN BESTEHT AUS FOLGENDEN GESELLSCHAFTEN:

OMIRA OBERLAND-MILCHVERWERTUNG GMBH, RAVENSBURG

Herstellung von Frischprodukten und Milchprodukten für die weiterverarbeitende Ernährungsindustrie.

OMIRA INDUSTRIE GMBH, RAVENSBURG

betreut ausgewählte Kunden der Süßwaren- und Eiscremeindustrie.

NEUBURGER MILCHWERKE GMBH & CO. KG, NEUBURG/DONAU

Produktionsschwerpunkt auf H-Milchprodukten, H-Sahne- und Rahmprodukten sowie Dessertprodukte mit Milchanteil.

H-V-G SÜD HANDELS-, VERWALTUNGS- UND VERMITTLUNGSGESELLSCHAFT BÜRGERLICHEN RECHTS, RAVENSBURG

Verwaltung des unternehmenseigenen Immobilienbestands

OMIRA BODENSEEMILCH GMBH, RAVENSBURG

Vertrieb der Frischprodukte der beiden Produktionsgesellschaften sowie sonstiger zugekaufter Molkereiprodukte.

OMIRA MILCHUNION SÜD GMBH, RAVENSBURG

Komplementärgesellschaft der Neuburger Milchwerke GmbH & Co. KG, Neuburg/Donau .

2.2 Die Richtung vorgeben

Die Führungsebene von OMIRA besteht aus sechs Bereichsleitern und einem Geschäftsführer. Sie wird vom ehrenamtlich tätigen Aufsichtsrat kontrolliert. Der Aufsichtsrat berät, unterstützt und beaufsichtigt die Geschäftsführung bei ihren Aufgaben, er übt selbst keine geschäftsführenden Tätigkeiten aus. Um diesen Aufgaben nachkommen zu können, wird der Aufsichtsrat regelmäßig über die wesentlichen Geschäftsvorgänge informiert. Satzungsgemäß besteht der Aufsichtsrat aus mindestens neun Mitgliedern. Derzeit umfasst er 14 männliche Mitglieder, alles Milcherzeuger. Der Aufsichtsrat bedient sich externer Berater und verpflichtet sich zu regelmäßigen Weiterbildungen. Die Aufsichtsräte von OMIRA werden in der Gesellschafterversammlung für jeweils vier Jahre gewählt und regelmäßig zu den aktuellen Entwicklungen im Bereich der Nachhaltigkeit in Kenntnis gesetzt und geschult.

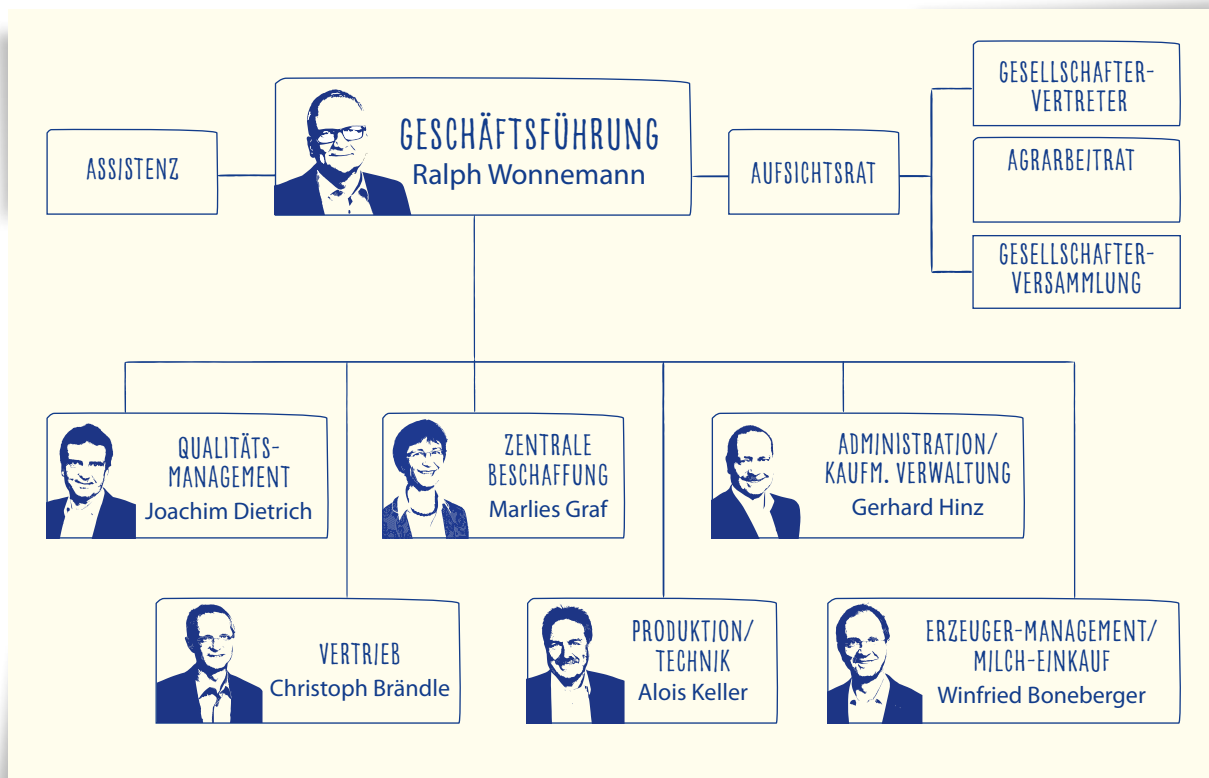
Um die Transparenz der Aufsichtsratsarbeit zu steigern, hat sich der Aufsichtsrat freiwillig zur Einhaltung des Deut-

schen Corporate Governance Kodex verpflichtet. Dieser verlangt unter anderem die regelmäßige Überprüfung der Effizienz des Aufsichtsrates. 2016 wird sich der Aufsichtsrat deshalb auf eigenen Wunsch einer Evaluierung unterziehen.

Jeder Aufsichtsrat vertritt eine bestimmte Region im Milcheinzugsgebiet. Im Falle von anstehenden Neuwahlen eines Aufsichtsratsmitgliedes wird in den regionalen Winterversammlungen vor der jährlich stattfindenden Gesellschafterversammlung das Votum der Region für den zur Wahl stehenden Aufsichtsrat eingeholt. Somit hat jeder Milcherzeuger die Möglichkeit, sich an dieser Nominierungswahl zu beteiligen.

Der Agrarbeirat mit 28 Mitgliedern - je zwei Personen aus jedem Aufsichtsratsgebiet - berät die OMIRA zu agrarwirtschaftlichen Themen, die für OMIRA relevant sind und trägt zur Entscheidungsfindung bei. So war der Agrarbeirat beispielsweise maßgeblich an der Entwicklung des KUH-Konzepts beteiligt.

FÜHRUNGSEBENE BEI OMIRA





3

- 3.1 Kompetenter Partner der Lebensmittelindustrie
- 3.2 MinusL: Pionier bei laktosefreien Produkten
- 3.3 Frische aus der Region
- 3.4 Ausgezeichnet von der DLG
- 3.5 Langjährige Produktqualität bescheinigt
- 3.6 Qualitätsmanagement – kundenorientiert und auf hohem Niveau
- 3.7 Lieferantenmanagement: Je nachhaltiger, desto besser

HÖCHSTE QUALITÄT AUS SÜDDEUTSCH- LAND

Milch und Milchprodukte leisten einen wertvollen Beitrag zur ausgewogenen Ernährung. Aber mehr denn je stehen auch Genuss und Geschmack hoch im Kurs. Deshalb achten wir täglich darauf, dass nur Produkte von höchster Qualität unsere Werke verlassen.

Ob Trinkmilch, Butter, Quark, Frischkäse oder Sahne, ob Voll- und Magermilchpulver oder Butteröl: OMIRA steht für eine ebenso vielfältige wie hochwertige Produktpalette für Endverbraucher und auch für die weiterverarbeitende Lebensmittelindustrie.

3.1 Kompetenter Partner der Lebensmittelindustrie

Das Hauptgeschäftsfeld der OMIRA sind Milchprodukte für die Lebensmittelindustrie. Im Industriegeschäft wird für uns die strategische Zusammenarbeit mit Herstellern in den Bereichen Süßwaren und Babynahrung immer wichtiger. Unser Ziel für die Zukunft: mit weiteren Kunden eine individuelle, möglichst maßgeschneiderte Partnerschaft zu realisieren, um einen noch besseren Zugang zu neuen

oder wachsenden Märkten langfristig zu sichern. Innovatives Denken, hohe Kundenorientierung und umfassender Service werden uns weiterhin zu einem verlässlichen Partner machen. Dabei geht uns qualitatives Wachstum vor Mengenentwicklung. Für uns unbedingt auch ein Aspekt des nachhaltigen Wirtschaftens.

3.2 MinusL: Pionier bei laktosefreien Produkten

Mit der Marke MinusL ist OMIRA seit 15 Jahren nationaler Innovations- und Marktführer im Bereich laktosefreier Produkte. In diesem Segment liegt eine der Kernkompetenzen der Molkerei, die durch Produktinnovationen und eine internationalere Markenführung weiter ausgebaut wird. Laktosefreie Produkte sind gefragt – der Markt wächst nach wie vor kontinuierlich weiter. Als Marktführer für laktosefreie Ernährung haben wir in 2015 vier neue MinusL Produkte auf den Markt gebracht.

Dabei wird die Herstellung von Spezialprodukten in den kommenden Jahren zunehmend an Bedeutung gewinnen. Schon jetzt sind wir dabei, unser laktose-reduziertes



In 2015 neu auf den Markt gebrachte MinusL Produkte

Trockenmilcherzeugnis intensiver zu vermarkten. In diesem Bereich sehen wir ganz besondere Chancen für die Zukunft der Marke und des Unternehmens.

3.3 Frische aus der Region

Frischmilch, H-Milch, Milchmodgetränke, Sahne, Schmand, Joghurt, Quark, oder Desserts – diese Produkte werden seit jeher von OMIRA hergestellt und stellen eine wichtige Säule im Produktportfolio dar.

Markt- und Trendanalysen zeigen eines ganz deutlich: Bundesweit legen Verbraucher in zunehmendem Maße Wert auf regionale Lebensmittel. Regionalität ist sympathisch, schafft Vertrauen und wird nahezu automatisch mit Nachhaltigkeit verknüpft: Kurze Transportwege und damit verbunden geringere Emissionen sprechen auch tatsächlich dafür.

Wir freuen uns über das zunehmende Interesse der Verbraucher für Regionalität. Daher werden wir den Ausbau unserer regionalen Marken zukünftig verstärkt vorantreiben, um unserem Unternehmen, aber auch den uns verbundenen Milcherzeugern eine solide gesicherte Zukunft zu bieten.

Außerdem werden wir unsere Dessert-Kompetenz und die entsprechende Produktrange weiterentwickeln. Auch

hier heißt es, mit neuen, verbraucherorientierten Produkten die Märkte nicht nur zu bedienen, sondern kreativ mitzugestalten.





3.4 Ausgezeichnet von der DLG

Im Berichtsjahr haben wir bei all unseren Produkten nicht nur sämtliche Vorschriften zu Gesundheit und Sicherheit eingehalten, sondern es auch geschafft, bei der Qualitätsprüfung durch die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft 120 goldene und 14 silberne DLG Preise zu erhalten. Das sind Auszeichnungen, die der Verbraucher kennt und schätzt und die bei der heutigen Vielfalt an Lebensmitteln eine echte Orientierung bieten.



3.5 Langjährige Produktqualität bescheinigt

Außerdem ist OMIRA 2015 von der DLG zum 24. Mal mit dem „Preis für langjährige Produktqualität“ ausgezeichnet worden.

Zahlreiche Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft lassen ihre Produkte seit vielen Jahren freiwillig durch die Sachverständigen der DLG testen. Um dieses Qualitätsstreben zu fördern, vergibt die DLG in jedem Jahr zusätz-

lich den „Preis für langjährige Produktqualität“.

Voraussetzungen für die Verleihung: Unternehmen müssen fünf Teilnahmejahre in Folge mit jeweils mindestens drei Prämierungen an den Qualitätsprüfungen des DLG-Testzentrums Lebensmittel teilnehmen. Ab dem 5. erfolgreichen Teilnahmejahr wird der Betrieb dann mit dem „Preis für langjährige Produktqualität“ ausgezeichnet.

3.6 Qualitätsmanagement – kundenorientiert und auf hohem Niveau

Eine konstant hohe Produktqualität ist eine der Grundvoraussetzungen, um in den Märkten bestehen zu können und das Vertrauen der Kunden zu halten. Bei OMIRA folgen wir daher einem strikten Qualitätsmanagementsystem, das alle qualitätsrelevanten Abläufe in unserer Firma umfasst und das auch von unseren Kunden in unangekündigten Audits

überprüft wird. Mit umfangreichen und gezielten Untersuchungen wird z.B. die Produktion laufend kontrolliert und die Ergebnisse lückenlos dokumentiert. Alle unsere Produkte unterliegen der Informationspflicht, im Berichtsjahr mussten keinerlei Verstöße vermeldet oder gar Bußgelder entrichtet werden.

Unser integriertes Qualitätsmanagement erfüllt die Anforderungen unserer Kunden und entspricht sowohl nationalen, als auch internationalen Normen wie DIN EN ISO 9001, DIN EN ISO 50001, Einzelfuttermittel und International Featured Standard Food („Höheres Niveau“). Viele unserer Handelskunden setzen die Erfüllung auf höherem Niveau für eine Belieferung zwingend voraus. Außerdem verfügen wir über eine Reihe von speziellen Kunden- und Produktzertifizierungen wie etwa Kosher, Halal und UTZ. Die zahlreich durchgeführten Audits wurden durchgängig mit sehr guten Bewertungen bestanden. Und wir entwi-

ckeln uns ständig weiter. Vor allem rüsten wir uns für die speziellen Anforderungen unserer Kunden, um weit über die Standards hinaus die Erwartungen zu erfüllen oder gar vorweg zu nehmen.

Um diesen Weg konsequent weitergehen zu können, haben wir Ende 2015 in Ravensburg ein neues Labor in Betrieb genommen. Nun können wir inhouse neueste Untersuchungstechniken einsetzen, um damit die Produktion bei der Herstellung hochwertiger Produkte noch besser zu unterstützen.



Einblicke in das OMIRA Betriebs-Labor





3.7 Lieferantenmanagement: Je nachhaltiger, desto besser

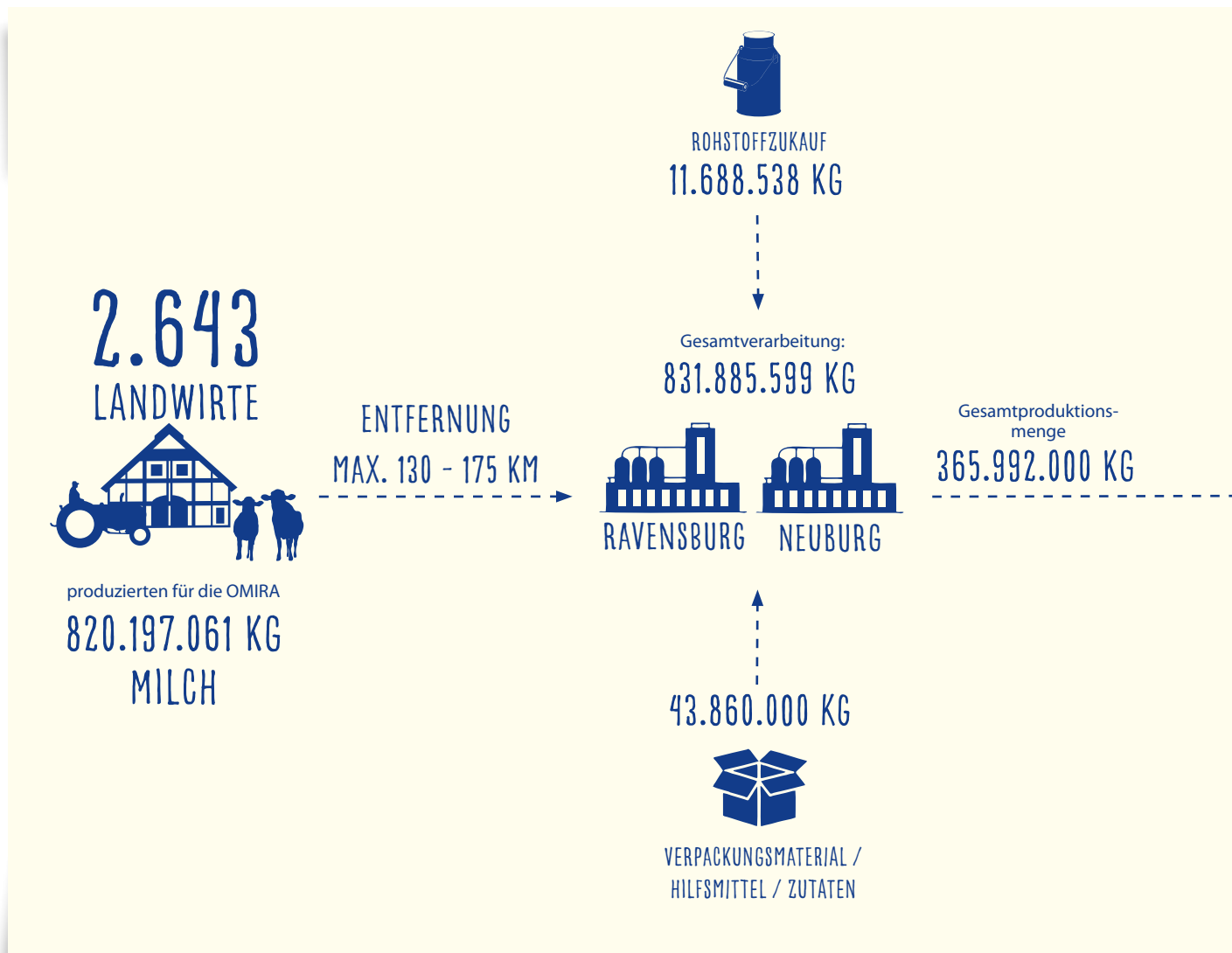
Auf unserem Weg in die Nachhaltigkeit arbeiten wir gegenwärtig daran, Nachhaltigkeitskriterien ins Lieferantenmanagement aufzunehmen und neue Maßstäbe für Lieferanten und Dienstleister zu entwickeln.

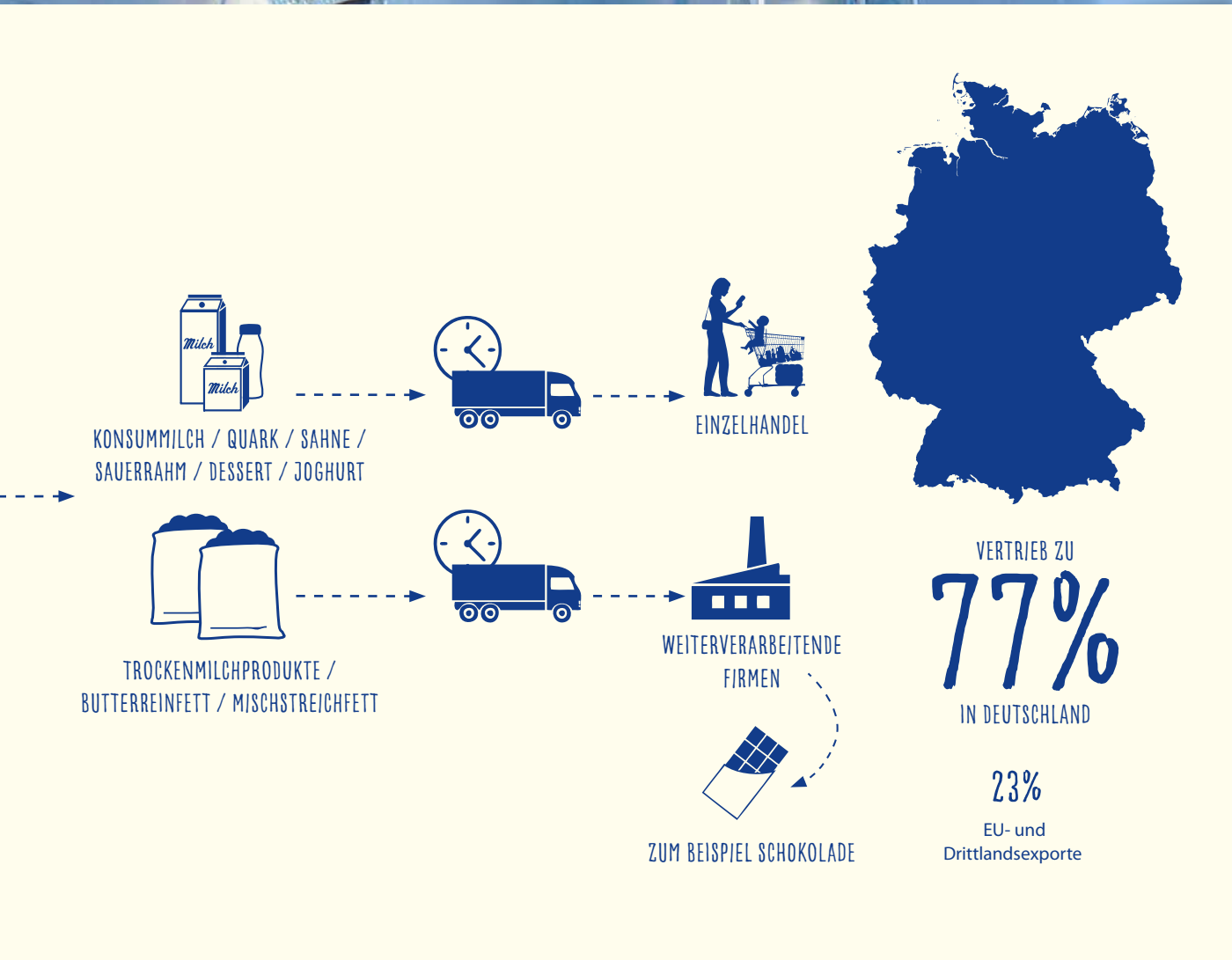
Zukünftig wollen wir in Lieferantenbewertungsbögen Fragen zur ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistung unserer Zulieferer aufnehmen. Die Ergebnisse können die Entscheidungsgrundlage dafür bilden, ob wir

mit einem Unternehmen zusammenarbeiten oder nicht. Nachhaltig arbeitenden Unternehmen räumen wir entsprechend bessere Chancen ein.

2016 wollen wir einen Fragebogen zur Nachhaltigkeit für unsere Lieferanten erarbeiten. Die ausgewerteten Daten werden wir nutzen, um die für uns relevanten Themen in unserer Wertschöpfungskette zu verankern und Nachhaltigkeit als Best Practice zu etablieren.

NACHHALTIG HANDELN ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE







4

- 4.1 Mitarbeiter fördern
- 4.2 Offen in der Kommunikation
- 4.3 Fairness im Umgang mit
Mitarbeitern und Partnern
- 4.4 Menschenrechte im Blick
- 4.5 Für ein korrektes Miteinander

RESPEKTVOLL IM UMGANG MITEINANDER

Zur Unterstützung unserer Unternehmensphilosophie haben wir sowohl spezielle Nachhaltigkeits- als auch Ethikleitlinien entwickelt. Im Fokus stehen dabei sowohl der Umweltschutz, um die Bedürfnisse der heutigen Generation zu erfüllen, ohne die Möglichkeiten der zukünftigen zu beeinträchtigen.



4.1 Mitarbeiter fördern

Für leistungsorientiertes Arbeiten und unternehmerisches Denken aller Mitarbeiter braucht es eine Atmosphäre, in der jeder frei kommunizieren kann und in der Probleme partnerschaftlich, menschlich und fair gelöst werden. Unsere Ethikleitlinien beinhalten das Versprechen, Mitarbeiter durch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen zu fördern. Intern stehen wir bezüglich relevanter Nachhaltig-

keitsthemen in stetigem Dialog mit unseren Mitarbeitern und jeder bei OMIRA hat die Möglichkeit, uneingeschränkt untereinander und mit Führungskräften zu kommunizieren. Besondere Verantwortung tragen unsere Führungskräfte, die als Vorbilder das Nachhaltigkeitsbewusstsein innerhalb der Belegschaft schärfen und in der Unternehmenskultur verankern.

4.2 Offen in der Kommunikation

Generell legen wir auch großen Wert darauf, die Öffentlichkeit umfassend über unsere Erfolge und Misserfolge bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu

informieren. Dies gibt uns die Möglichkeit, unsere Kunden, Gesellschafter, Partner und andere Stakeholder aktiv in unseren Nachhaltigkeitsprozess mit einzubinden.

4.3 Fairness im Umgang mit Mitarbeitern und Partnern

Wir distanzieren uns von jeglicher Form der Diskriminierung und wahren die Privatsphäre aller. Unserem Compliance-Beauftragten wurden im Berichtszeitraum keinerlei Diskriminierungsfälle gemeldet. Im Gegenzug erwarten wir von unseren Mitarbeitern regelkonformes Verhalten

und Verschwiegenheit in Bezug auf sensible, firmeninterne Informationen. Darüber hinaus lehnen wir Bestechung oder vorteilhafte Einflussnahme in jeglicher Form ab, auch bei Dritten oder Geschäftspartnern.

4.4 Menschenrechte im Blick

Unsere Ethik-Leitlinien machen klare Vorgaben bezüglich der Einhaltung von Menschenrechten. Obwohl Zwangs-, Pflicht- oder Kinderarbeit an keinem unserer Standorte eine Rolle spielt, werden wir ab 2016 das Thema Menschenrechte im Rahmen von internen Schulungen behandeln. Für externe Partner wollen wir das Thema weiter in den Vordergrund rücken und haben den Themenblock Menschenrechte mit in unseren Lieferantenbewertungsbogen aufgenommen.

Darüber hinaus haben wir 2015 im Rahmen eines SMETA 4-Pillar Sozialaudits unseren Standort in Ravensburg durch eine externe Auditgesellschaft nach den Prinzipien der ethisch und sozial nachhaltigen Produktion untersuchen lassen. Dabei wurden u.a. keine Verletzungen der allgemeinen Menschenrechte, der Vereinigungsfreiheit oder des Rechts auf Kollektivvereinbarungen festgestellt.

4.5 Für ein korrektes Miteinander

2015 haben wir auch unseren Verhaltenskodex und die Compliance-Richtlinie eingeführt. Unser erklärtes Ziel: das Unternehmen vor möglichen Haftungsrisiken, Bußgeldern und Imageverlust zu schützen. Zu diesem Zweck wurde auch ein verantwortender „Compliance Officer“ eingesetzt, der direkt an den Geschäftsführer berichtet.

Selbstverständlich ist jeder Angestellte verpflichtet, sämtliche Rechtsvorschriften und dazu die unternehmensinternen Regelungen einzuhalten. In Zweifelsfällen helfen die jeweiligen Vorgesetzten, der Compliance Officer, der Betriebsrat oder die Beauftragten für Datenschutz, Umwelt, Sicherheit und Qualität weiter.

Des Weiteren haben wir Regelungen zu Geschenken und

Reisen etabliert, um jedweden Verdacht auf Vorteilsnahme entgegenzuwirken.

Im Berichtszeitraum wurden OMIRA keine Bußgelder oder andere Strafen auferlegt. Ebenso waren wir in keine Verfahren bezüglich wettbewerbswidrigen Verhaltens oder Korruption involviert und haben keinerlei politische Spenden getätigt.

Es lagen keine Beschwerden wegen Verletzung der Privatsphäre unserer Kunden oder wegen des Verlusts von Kundendaten vor.

Wir haben im Jahr 2015 Schulungen rund um das Thema Compliance und Menschenrechte vorbereitet, die ab 2016 durchgeführt werden.



5

- 5.1 Das KUH-Konzept
- 5.2 Weniger Antibiotika
- 5.3 Fütterung ohne Gentechnik
- 5.4 Klimawandel und Landwirtschaft

DAS KUH-KONZEPT: NACHHALTIGKEIT BEI UNSEREN MILCHERZEUGERN

OMIRA macht Gutes aus Milch – und das seit beinahe 90 Jahren. Über diesen Zeitraum haben wir uns kontinuierlich weiterentwickelt, sodass wir uns immer stabil im Wettbewerb behaupten konnten. Heute und in Zukunft kommt dem Thema Nachhaltigkeit mit sehr unterschiedlichen Aspekten mehr und mehr an Bedeutung zu – für den Verbraucher, für unsere Kunden und Partner und damit auch für die Milcherzeuger. Bei allen Marktteilnehmern steht seit einiger Zeit das Thema „Tierwohl“ hoch im Kurs. Ein wichtiges, kaufentscheidendes Kriterium und ein entscheidendes Kriterium der Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft.

5.1 Das KUH-Konzept

OMIRA unterstützt ihre Milcherzeuger auf dem Weg der Nachhaltigkeit und setzt dabei auf eine artgerechte Tierhaltung, den Schutz der Umwelt und auf Aspekte des Hofmanagements, zusammengefasst im KUH-Konzept.

Das KUH-Konzept haben wir zusammen mit Prof. Johannes Holzner und seinem 22-köpfigen Team der Fakultät Landwirtschaft der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf und dem OMIRA Agrarbeirat entwickelt. Der Agrarbeirat unterstützt das umfassende Konzept zur nachhaltigen Entwicklung landwirtschaftlicher Betriebe, das zukünftig Anwendung bei der OMIRA findet. Dabei steht KUH für die Nachhaltigkeitsbereiche Kuh, Umwelt und Hof. Jeder Bereich splittet sich wiederum in mehrere Unterthemen auf, denen verschiedene Maßnahmen zugeordnet werden.

Eine dieser Maßnahmen ist die Konkretisierung von Tierindikatoren. Ab 2017 werden diese Indikatoren jährlich nach einem Punktesystem bewertet und bilden so die Grundlage für die Berechnung des Nachhaltigkeitszuschlags zum Milchpreis. Unser Ziel bis 2020 und darüber hinaus ist die Umsetzung und Verbesserung von ausgewählten Parametern im Bereich Tierwohl und Tiergesundheit. Speziell hierzu werden Maßnahmen, Fortbildungsangebote und

Workshops für die Milcherzeuger entwickelt und durchgeführt.

Im Bereich Umwelt haben wir gemeinsam mit der Bodienstiftung bereits ein Pilotprojekt zum Klimaschutz vorbereitet, das wir gemeinsam mit unseren Landwirten realisieren wollen.

Neben den Themen Tierwohl und Umwelt, denen wir eine hohe Bedeutung beimessen, werden in dem neuen Konzept auch die Milchbauern und ihre Familien in den Mittelpunkt gestellt. Hier liegen die Schwerpunkte auf sozialem und gesellschaftlichem Engagement, gesundheitsfördernden Maßnahmen und Fortbildungen.

K_{UH} = TIERWOHL

U_{MWELT} = ENERGIEEFFIZIENZ,
KLIMASCHUTZ

H_{OF} = FAMILIE







Über das Qualitätsprogramm QM-Milch wird die Gesundheit und das Wohlbefinden der Tiere, der Bestand, die Milchgewinnung und -lagerung, eingesetzte Futter- und Arzneimittel sowie Umweltparameter in regelmäßigen Abständen von den Milchprüfungen in Bayern und Baden-Württemberg kontrolliert.

5.2 Weniger Antibiotika

Wir haben uns entschlossen, unsere Landwirte für eine Reduzierung des Antibiotikaeinsatzes zu sensibilisieren und in der Umsetzungspraxis durch Vorträge und Seminare zu unterstützen. Es wurden bereits Seminare zum Thema

„Homöopathie in der Milchviehhaltung“ organisiert und von OMIRA unterstützt. Diese Kurse stoßen auf starkes Interesse bei unseren Bauern.

5.3 Fütterung ohne Gentechnik

Wir legen sehr großen Wert auf die herausragende Qualität und die Sicherheit unserer OMIRA-Milch. Unsere Landwirte wählen deshalb ihre Futtermittel sorgfältig aus. Viele nehmen bereits am Programm „Fütterung ohne Gentechnik“ nach dem VLOG-Standard (Verein für Lebensmittel ohne Gentechnik) teil. Sie verzichten also auf gentech-

nisch veränderte Futtermittel, was in einem durchgängigen Kontrollsystem über den Milchprüfing Bayern und Baden-Württemberg (neutrale Prüfeinrichtung für die Qualität der Rohmilch in Bayern und Baden-Württemberg) dokumentiert wird.



5.4 Klimawandel und Landwirtschaft

Wir wissen, dass die Landwirtschaft und hier gerade auch die Milchviehhaltung Einfluss auf den Klimawandel hat. Deshalb haben wir 2015 begonnen, einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. In Kooperation mit der Bodenseestiftung haben wir die Vorbereitungen getroffen

mit AgriClimateChange im kommenden Jahr ein Pilotprojekt mit dem Ziel, mehr Klimaschutz in der Landwirtschaft, zu verwirklichen. So möchten wir mit unseren Landwirten Maßnahmen für klimaschonende Effekte auf den Höfen entwickeln, die gut realisierbar sind.





6

- 6.1 Ziel: ab 2016 klimaneutral
- 6.2 Sinnvoll: Treibhausgaskompensation
- 6.3 Rückläufiger Energieverbrauch
- 6.4 Energie für Transporte
- 6.5 Mit ausgezeichnetem Beispiel voran
- 6.6 Gewusst wie: Wasser sparen
- 6.7 Abfall möglichst verwerten

UMWELT- SCHUTZ HEISST: VERBRAUCH SENKEN

Im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung setzt OMIRA konsequent auf Umweltschutz. Priorität haben dabei die Reduktion von Abfällen, die Senkung von Emissionen, Energie- und Wasserverbrauch sowie der Einsatz effizienter Technologien. Um eine höhere Umweltverträglichkeit über die gesamte Lieferkette zu erreichen, erwarten wir künftig von unseren Partnern und Dienstleistern das gleiche konsequente Vorgehen.

UMWELTKENNZAHLEN

| | 2015 | 2014 |
|---|--------------------|------------------|
| Energieverbrauch | | |
| Gasverbrauch (Erdgas Normkubikmeter) | 15.680.726 | 17.275.545 |
| Stromverbrauch (kWh) | 39.457.737 | 45.304.059 |
| davon Eigenstromerzeugung intern (kWh) | 10.389.304 | 9.922.701 |
| (Eigenstromerzeugung durch Dampfturbine) | | |
| Energieintensität | | |
| Erdgasverbrauch pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge (Normkubikmeter / Tonne Gesamtverarbeitungsmenge) | 18,85 | 18,11 |
| Stromverbrauch pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge (kWh / Tonne Gesamtverarbeitungsmenge) | 47,43 | 47,48 |
| Gesamtverarbeitungsmengen OMIRA-Werke Gesamt in Tonnen | 831.886 | 954.103 |
| Treibhausgasemissionen des Unternehmens in Tonnen | | |
| Treibhausgasemissionen (Tonnen) CO ₂ e (t)* | 54.340 | 60.423 |
| Treibhausgasemissionen (Tonnen) CO ₂ e(t) pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge | 0,065 | 0,063 |
| Gesamtwasserentnahme in Kubikmeter | | |
| Wasserverbrauch (m ³) | 660.777 | 793.313 |
| Wasserverbrauch (m ³) pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge | 0,79 | 0,83 |
| Gesamtvolumen der Abwassereinleitung | | |
| Abwasser (m ³) | 924.080 | 1.075.626 |
| Abwasser (m ³) pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge | 1,11 | 1,13 |
| Gesamtgewicht des Abfalls | | |
| Gesamtabfall (Kilogramm) | 3.735.970,0 | 2.225.010 |
| Gesamtabfall in kg pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge | 4,49 | 2,33 |

*Treibhausgasemissionen ohne THG-Emissionen der eingesetzten Rohstoffe in Scope 3

6.1 Ziel: ab 2016 klimaneutral

Als eine der ersten Maßnahmen in Sachen ökologische Nachhaltigkeit haben wir im Jahre 2015 unseren CO₂-Fußabdruck (Corporate Carbon-Footprint) für das Jahr 2014 nach den Vorgaben des Greenhouse Gas-Protocol ermittelt. Mit in die Berechnung eingeflossen sind unsere Standorte in Ravensburg, Neuburg a. d. Donau und der damals noch aktive Standort in Rottweil. Der Auswertung folgte eine schnelle Umsetzung verschiedener Verbesserungsmaßnahmen mit dem Ziel, die THG-Emissionen der OMIRA Gruppe stetig zu verringern. Für 2016 strebt OMIRA den Status eines klimaneutralen Unternehmens an.

Investitionen in energieeffiziente Prozesse, umweltfreundliche Technologien und erneuerbare Energien, die Nutzung von Ökostrom sowie die Reduzierung des Stromverbrauchs konnten unsere Treibhausgasbilanz schon erheblich verbessern. Das Thema Klimaneutralität werden wir weiter verfolgen und uns kontinuierlich verbessern – ohne die Wirtschaftlichkeit aus den Augen zu verlieren. Generell ist eine Emissionsbilanz in drei Scopes unterteilt: Scope 1 umfasst alle direkten Treibhausgase (THG), welche aufgrund des Energieverbrauchs, stationärer Verbrennung (Heizung), des Unternehmensfuhrparks und durch Gas-



und Kühlmittelleckagen hervorgerufen werden. Scope 2 bildet indirekte Treibhausgasemissionen ab, die durch den Bezug von Strom und Fernwärme bzw. -kälte entstehen. Scope 3 beinhaltet weitere indirekte Emissionen wie die Fahrten unserer Mitarbeiter zum Arbeitsplatz, Geschäftsreisen, der Wasser- und Papierverbrauch, externe Dienstleister, Abfall, die Logistik sowie indirekte Emissionen

durch Energieverbräuche aus Scope 1 und Scope 2. Wie anhand der folgenden Tabelle deutlich wird, sind für OMIRA besonders die Positionen „stationäre Verbrennung fossiler Energieträger“ in Scope 1 und „Strom“ in Scope 2 mit insgesamt ca. 75 % aller Treibhausgasemissionen von Bedeutung.

TREIBHAUSGASBILANZ

| | 2015 | | 2014 | |
|--|----------------------|-----------------|----------------------|-----------------|
| Scope | CO ₂ e(t) | %-Anteil | CO ₂ e(t) | %-Anteil |
| Scope 1 | 36.006,74 | 66,26 % | 39.559,34 | 65,47 % |
| Scope 2 | 8.662,40 | 15,94 % | 10.544,50 | 17,45 % |
| Scope 3 | 9.670,76 | 17,80 % | 10.318,87 | 17,08 % |
| Gesamt | 54.339,89 | 100,00 % | 60.422,72 | 100,00 % |
| Gesamtverarbeitungs- menge (t) | 831.886,00 | | 954.102,80 | |
| THG in CO₂e pro Tonne Verarbeitungs- menge | 0,065 | | 0,063 | |

(Auszug aus der Corporate Carbon-Footprint-Berechnung der OMIRA, 2014, 2015, ohne THG-Emissionen der eingesetzten Rohstoffe in Scope 3)

Aus diesem Grund haben wir uns besonders auf Reduktionsmaßnahmen rund um das Thema Energieeffizienz konzentriert, da wir so die größte Hebelwirkung erzielen konnten. Dies hat sich in der Treibhausgasbilanz von 2015 direkt mit einer absoluten Gesamtreduktion von 10,07 % im Vergleich zum Vorjahr niedergeschlagen. Im Vergleich zum Jahr 2014 stiegen die spezifischen Treibhausgasemissionen von 0,063 t CO₂-Äquivalenten im Jahr 2014 auf 0,065 t CO₂-Äquivalente pro Tonne Gesamtverarbeitungs-
menge im Jahr 2015 gering an. Aufgrund von Veränderungen im Produktmix hin zu einem höheren Anteil der energieintensiveren Milchtrocknung ist der spezifische

Wärme- und Stromverbrauch angestiegen. Damit ging eine Erhöhung der Wertschöpfung einher. Konkret wurde in den letzten Jahren vor allem an der stetigen Optimierung der Produktionsprozesse gearbeitet. Des Weiteren konnte auch der Stromverbrauch mit Hilfe verschiedenster Energieeffizienzmaßnahmen absolut gesenkt werden. Die Verlagerung der Produktion aus dem ehemaligen Werk in Rottweil nach Ravensburg und Neuburg schlug sich positiv in der Energiebilanz nieder.

In den kommenden Jahren erwarten wir eine weitere Reduzierung der Treibhausgasbilanz, da wir ab 2016 auf 100 % Ökostrom umsteigen werden.

6.2 Sinnvoll: Treibhausgaskompensation

Wir sind bemüht, unsere Umwelteinflüsse so gering wie möglich zu halten, was wir durch die bereits implementierten Energieeffizienzmaßnahmen sowie mit der ab 2016 erfolgenden Umstellung auf 100 % Ökostrom beweisen. Dennoch werden weiterhin Treibhausgasemissionen anfallen, für deren Entstehung wir Verantwortung übernehmen. Daher kompensiert OMIRA diese Emissionen mit

Emissionszertifikaten. Dies bedeutet, dass wir pro Tonne generiertes Treibhausgas einen bestimmten Betrag in von den Vereinten Nationen zertifizierte Projekte für erneuerbare Energien in Asien und Südamerika einzahlen. Weiterführende Informationen zu den Projekten sind unter <http://www.zukunftswerk.org/co2-50162.html> zu finden.





6.3 Rückläufiger Energieverbrauch

Im Rahmen der Ermittlung unserer Treibhausgasemissionsbilanz haben wir auch unseren Primärenergieverbrauch bestimmt. Wie anhand von Tabelle 6.5 deutlich wird, konnten wir im Vergleich zu 2014 unseren Erdgasbedarf um 9,2 % senken. Auch hinsichtlich des Stromverbrauchs haben wir 2015 Fortschritte gemacht. Unser Stromverbrauch ist von 45.304.059 kWh in 2014 auf 39.457.737 kWh in 2015 um 12,9 % gesunken. Dies lässt


sich hauptsächlich auf die Reduzierung der Gesamtverarbeitungsmengen zurückführen.

Weiterhin konnten im Rahmen des Energiemanagementprogramms von OMIRA im Jahr 2015 bei zahlreichen Projekten im Produktionsprozess Energieeinsparungen erzielt und somit auch THG-Emissionen vermieden werden. Z.B. durch verbesserte Wärmerückgewinnung, LED-Beleuchtungen sowie Effizienzsteigerungen.

STATIONÄRE VERBRENNUNG UND STROMVERBRAUCH

| | 2015 | 2014 |
|---|------------|------------|
| Heizöl (Liter) | 149.336 | 205.245 |
| Erdgas (Normkubikmeter) | 15.680.726 | 17.275.545 |
| Herkömmlicher Strom (kWh) | 39.457.737 | 45.304.059 |
| Davon selbst erzeugter Strom (kWh) | 10.389.304 | 9.922.701 |

KRAFTSTOFFVERBRAUCH

|  | 2015 | 2014 |
|---|-----------|-----------|
| Kraftstoffverbrauch (l) | 1.367.253 | 1.391.851 |

6.4 Energie für Transporte

Die 2015 eingeführten Maßnahmen zur Tourenoptimierung und die insgesamt reduzierte Milchmenge haben sich positiv auf den Kraftstoffverbrauch unseres Fuhrparks ausgewirkt. Dieser konnte insgesamt um 1,8 % reduziert werden. Zudem sind verschiedene Projekte angestoßen worden, um Kraftstoff zu sparen und Treibhausgase zu vermeiden.

6.5 Mit ausgezeichnetem Beispiel voran

Im September 2014 hat OMIRA beim EnBW-Innovationspreis zum Thema „Gesamtkonzept zur Verbesserung der betrieblichen Energiebilanz und zur Entlastung der Umwelt“ in der Kategorie „Innovation & Rentabilität“ den Sieg errungen. Teil des Preises war der Besuch des „EnBW-RegioMobils“ vom 03. – 05. 03. 2015 auf unserem Betriebsgelände. Dort konnten sich die Mitarbeiter umfassend über Energieeinsparmöglichkeiten und die Energiesparmaßnahmen bei OMIRA informieren.



6.6 Gewusst wie: Wasser sparen

An unseren Standorten wird Wasser sowohl zu sanitären Zwecken als auch zur Kühlung im Produktionsprozess genutzt. 2015 hat sich die Wasserentnahme um 16,7 %, und die Abwassereinleitung um 14,1 % zum Vorjahr verringert. Dies ist zum einen durch die Werksschließung in Rottweil zu erklären. Zum anderen kann durch die verstärkte Nutzung des kalten Brüdenkondensates, das bei der Herstellung von Milchpulver anfällt, eine Verringerung des Fernwasser- und Grundwasserverbrauches erzielt werden. Zudem trägt das Konzept der Nutzung des kalten Brüdenkondensates zu einem generell geringeren Gesamtenergieverbrauch bei. Einige Prozesse konnten so in ihrer Effizienz deutlich gesteigert und der THG-Ausstoß durch den geringeren Gesamtenergieverbrauch verringert werden.

WASSER UND ABWASSER

| | 2015 | 2014 |
|----------------------|---------|-----------|
| Wasser (m³) | 660.777 | 793.313 |
| Abwasser (m³) | 924.080 | 1.075.626 |

gieverbrauch bei. Einige Prozesse konnten so in ihrer Effizienz deutlich gesteigert und der THG-Ausstoß durch den geringeren Gesamtenergieverbrauch verringert werden.

ABFALLARTEN

| Abfallart | 2015 | 2014 |
|----------------------|------------------|------------------|
| Holz (kg) | 20.440 | 10.680 |
| Papier (kg) | 623.320 | 615.990 |
| Kunststoff (kg) | 185.450 | 165.260 |
| Restmüll (kg) | 271.610 | 342.530 |
| Biomüll (kg) | 2.422.630 | 1.035.300 |
| Bauschutt (kg) | 35.940 | 20.487 |
| Industrieabfall (kg) | 176.580 | 34.763 |
| TOTAL (kg) | 3.735.970 | 2.225.010 |

6.7 Abfall möglichst verwerten

Parallel zur Erfassung der eingekauften Materialmengen, erfassen wir auch unsere Abfallmengen gegliedert nach Abfallart. Aufgrund von Umbau-, Neubau-, und Renovierungsarbeiten an beiden Produktionsstandorten in Ravensburg und Neuburg sind die Abfallmengen v. a. bei Holz, Bauschutt und Industrieabfall angestiegen. Biomüll machte den größten Anteil in der Abfallbilanz aus. Dies erklärt sich durch die Werksverlagerung von Rottweil nach Ravensburg, die sich anfangs negativ auf die Produktionsprozesse auswirkte. Der größte Teil unseres Biomülls wird durch externe Partner über Biogasanlagen für die Erzeugung von regenerativer Energie verwertet.





7

- 7.1 Stabile Mitarbeiterzahlen
- 7.2 Ausbildungsquote mit steigender Tendenz
- 7.3 Leistungen über den Tarif hinaus
- 7.4 Gesundheit und Sicherheit immer im Blick
- 7.5 Gesundheit als kontinuierlicher Prozess
- 7.6 Mitarbeiterkompetenz als Schlüssel zu nachhaltigem Handeln
- 7.7 Unser soziales Engagement in der Region

MITARBEITER UND SOZIALES

2015 hat OMIRA erstmalig eine Mitarbeiterzufriedenheitsanalyse durchgeführt, denn wir sind davon überzeugt, dass Mitarbeiter, die gern und motiviert mit uns arbeiten, die Grundlage für langfristiges Wachstum bilden. Neben der Mitarbeiterzufriedenheit legt OMIRA hohen Wert auf die Sicherheit der Beschäftigten in allen Unternehmensbereichen.

7.1 Stabile Mitarbeiterzahlen

Ende des Jahres 2015 hatte OMIRA insgesamt 606 Beschäftigte (2014: 569), was im Vergleich zum Vorjahr einem leichten Anstieg von 6,5 % entspricht. Der Frauenanteil lag

dabei 2015 bei 30,7 % bzw. bei 30,6 % in 2014. Im Jahr 2015 waren 17 Menschen mit Behinderung (2014: 18) und 36,1 Leiharbeiter (2014: 39,8) bei OMIRA beschäftigt.

ANZAHL DER BESCHÄFTIGTEN AM STANDORT RAVENSBURG UND NEUBURG A. D. DONAU

| | 2015 | | | 2014 | | |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Ravensburg | FRAUEN | MÄNNER | GESAMT | FRAUEN | MÄNNER | GESAMT |
| Beschäftigte insgesamt | 137,8 | 261,4 | 399,2 | 131,0 | 243,7 | 374,7* |
| Davon: | | | | | | |
| Führungskräfte | 1,0 | 5,0 | 6,0 | 1,0 | 5,0 | 6,0 |
| Auszubildende | 20,0 | 14,0 | 34,0 | 20,0 | 11,0 | 31,0 |
| Menschen mit Behinderung | 4,0 | 6,0 | 10,0 | 3,0 | 7,0 | 10,0 |
| Leiharbeiter | 3,5 | 14,6 | 18,1 | 8,5 | 14,3 | 22,8 |
| Neuburg a.d. Donau | FRAUEN | MÄNNER | GESAMT | FRAUEN | MÄNNER | GESAMT |
| Beschäftigte insgesamt | 48,5 | 158,4 | 206,9 | 43,3 | 149,6 | 192,9 |
| Davon: | | | | | | |
| Führungskräfte | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Auszubildende | 2,0 | 5,0 | 7,0 | 1,0 | 3,0 | 4,0 |
| Menschen mit Behinderung | 2,0 | 5,0 | 7,0 | 3,0 | 5,0 | 8,0 |
| Leiharbeiter | 6,0 | 12,0 | 18,0 | 9,0 | 8,0 | 17,0 |
| Gesamte OMIRA-Gruppe | FRAUEN | MÄNNER | GESAMT | FRAUEN | MÄNNER | GESAMT |
| Beschäftigte insgesamt | 186,4 | 419,8 | 606,1 | 174,3 | 394,3 | 568,6 |
| Davon: | | | | | | |
| Führungskräfte | 1,0 | 5,0 | 6,0 | 1,0 | 5,0 | 6,0 |
| Auszubildende | 22,0 | 19,0 | 41,0 | 21,0 | 14,0 | 35,0 |
| Menschen mit Behinderung | 6,0 | 11,0 | 17,0 | 6,0 | 12,0 | 18,0 |
| Leiharbeiter | 9,5 | 26,6 | 36,1 | 17,5 | 22,3 | 39,8 |

* Diese Kennzahl aus 2014 beinhaltet einen Mitarbeiter, der zum Stichtag 31.12.2014 noch am ehemaligen Standort in Rottweil beschäftigt war. Die Personalzahlen des Standorts Rottweil wurden nicht separat aufgeführt, da der Standort 2014 geschlossen wurde.

Die Anzahl der Beschäftigten stammen aus der Stichtagsbetrachtung jeweils zum 31.12.2015 und 31.12.2014.



7.2 Ausbildungsquote mit steigender Tendenz

Erfreulicherweise konnten wir im Vergleich zu 2014 die Anzahl unserer Auszubildenden von 35 auf 41 steigern und somit unsere Ausbildungsquote von 6,2 % auf 6,8 % erhöhen. Da sich einige unserer Auszubildenden für eine weiterführende Ausbildung entschlossen haben, konnten

wir im Berichtsjahr nicht die hohe Übernahmequote von 88,9 % aus 2014 erreichen. Die Quote der Aussteiger betrug im Jahr 2014 25,7 %, was durch die Werksschließung in Rottweil begründet war. Die Kennzahl reduzierte sich auf 6,6 % in 2015.

PERSONALKENNZAHLEN DER OMIRA

| Personalkennzahlen | 2015 | 2014 |
|---|---|---|
| Ausbildungsquote | Mitarbeiter gesamt: 606,1 davon Auszubildende: 41 △ 6,8 % | Mitarbeiter gesamt: 568,6 davon Auszubildende: 35 △ 6,2 % |
| Azubi-Übernahmequote | 70,0 % | 88,9 % |
| Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren | 10,7 | 10,8 |
| Durchschnittsalter der Belegschaft in Jahren | 40,5 | 40,7 |
| Anzahl Neueinsteiger (ohne Ausstieg im selben Jahr) | Mitarbeiter gesamt: 606,1 davon Einsteiger: 81 △ 13,4 % | Mitarbeiter gesamt: 568,6 davon Einsteiger: 67 △ 11,8 % |
| Anzahl Aussteiger (ohne Einsteiger im selben Jahr) | Mitarbeiter gesamt: 606,1 davon Aussteiger: 40 △ 6,6 % | Mitarbeiter gesamt: 568,6 davon Aussteiger: 146 △ 25,7 % |

7.3 Leistungen über den Tarif hinaus

Für die Mehrheit der OMIRA Arbeitnehmer gelten allgemeingültige tarifvertragliche Bestimmungen. Dies bedeutet, dass das tarifliche Grundgehalt von Frauen und Männern gleich ist. Um langfristig gute Arbeitskräfte zu binden, bieten wir eine Reihe von betrieblichen Zusatzleistungen, die für Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte gelten. Das Angebot umfasst Leistungen zur Gesundheitsvorsorge wie z.B. Rückenschulungen, Sportangebote und betriebsärztliche Betreuung sowie verschiedene Arbeitszeitmodelle.

Jedem Mitarbeiter steht außerdem eine verbilligte Kantinenversorgung und ein Haustrunk – 1 Liter Milch pro Mitarbeiter/Tag – zu. Auch außerhalb der Arbeit schaffen wir eine positive Atmosphäre: bei regelmäßigen Festen, unserem OMIRA Firmenlauf oder Fußballfreundschafts-

spielen zwischen OMIRA Ravensburg und Neuburg, gibt es ausreichend Gelegenheit, sich auch abseits des Arbeitsalltags kennenzulernen.

Um besondere Anliegen, Vorschläge oder auch Beschwerden einzureichen, steht ein Kummerkasten zur Verfügung.

Mitarbeiter, die seit vielen Jahren zum Erfolg von OMIRA beigetragen haben, werden besonders geehrt. Unter anderem erhalten sie nach 10, 25, 40 und 50 Jahren Betriebszugehörigkeit eine Jubiläumsgratifikation. Im Jahr 2015 wurden 31 Kolleginnen und Kollegen geehrt, wobei zwei der Kollegen OMIRA seit 40 Jahren und eine Kollegin seit 50 Jahren die Treue halten. Weitere 15 Mitarbeiter blicken auf 25 Jahre bei OMIRA zurück und 13 Mitarbeiter sind seit 10 Jahren in der Molkerei beschäftigt.





7.4 Gesundheit und Sicherheit immer im Blick

Die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind für uns als Produktionsbetrieb von hoher Bedeutung und deutlich mehr als eine gesetzliche Verpflichtung. Mit unserer Gefährdungsbeurteilung der Arbeitsplätze analysieren und verbessern wir deren Qualität und Sicherheit. Durch kontinuierliche Schulungen im Bereich Arbeits- und Gesundheitsschutz stärken wir das Bewusstsein unserer Belegschaft für diese Thematik.

Trotz kontinuierlich durchgeführter Arbeitssicherheitsschulungen haben sich im Berichtsjahr auch Unfälle ereignet. Am Standort Ravensburg betrug die Verletzungs-

rate ca. 7% mit einer verletzungsbedingten Ausfallrate von durchschnittlich 13,0 Tagen. In Neuburg war die Verletzungsrate mit 6,2% der Belegschaft und einer Ausfallquote von 12,6 Tagen ähnlich. Insgesamt lag die Verletzungsrate der weiblichen Angestellten mit 4,4% und 4,4 Ausfalltagen deutlich unter der Verletzungsrate der männlichen Angestellten mit 8,0% und 15,1 Ausfalltagen.

Generell haben wir keine Arbeitsplätze, die eine hohe Erkrankungsrate oder potenzielle Gefahren mit sich bringen. Gesundheits- und Sicherheitsthemen sind bei OMIRA tarifvertraglich geregelt, es existieren keine weiteren Vereinbarungen mit Gewerkschaften.

7.5 Gesundheit als kontinuierlicher Prozess

In den kommenden Jahren werden wir geeignete Maßnahmen zur Analyse von Unfallursachen einleiten, um sowohl die Verletzungsrate als auch die durchschnittlichen Ausfalltage zu verringern. Im Januar 2015 wurde eine Fachkraft für Arbeitssicherheit eingestellt, die uns hinsichtlich Unfallverhütung und Gesundheitsschutz unterstützt. Wir verstehen Gesundheit und Sicherheit sehr weitreichend: Das Projekt zum Aufbau eines ressourcenorientierten und kennzahlenbasierten Gesundheits-Managements

ist gestartet. Bereits 2015 hat OMIRA verschiedene Projekte zum Thema Gesundheitsschutz angeschoben, die bei den Mitarbeitern auf hohe Akzeptanz stoßen:

- Präventionskurs Rückentraining.
- Verkehrssicherheit für Fahranfänger in Kooperation mit der Verkehrswacht Ravensburg.
- Gesundheitstag bei der OMIRA in Kooperation mit der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel- und Gastgewerbe (BGN). Hierfür wurden wir von der BGN auch prämiert.

7.6 Mitarbeiterkompetenz als Schlüssel zu nachhaltigem Handeln

Ein Schlüsselement für die nachhaltige Unternehmensleistung ist der kontinuierliche Kompetenzaufbau unserer Mitarbeiter. In Planung sind eine regelmäßige Ermittlung des individuellen Schulungsbedarfs und die Entwicklung eines jährlichen Schulungsplans.

Externe Schulungen sowie Pflichtschulungen der OMIRA finden u.a. in den Bereichen Hygiene, Arbeits-

schutz, Brandschutz, Nachhaltigkeit, Umwelt und Energie statt. Derzeit erhalten rund 60 Mitarbeiter ein regelmäßiges Performancefeedback. Dies soll in den kommenden Jahren ausgeweitet werden. Zusätzlich bauen wir ein Kompetenzmanagementsystem auf, das ab 2017 gruppenweit greifen soll.

7.7 Unser soziales Engagement in der Region

Als regionale Molkerei fühlen wir uns unserer Heimat sehr verbunden und unterstützen zudem lokale karitative Einrichtungen.

OMIRA ermöglicht Kindergarten- und Grundschulkindern, Bauernhöfe zu besuchen und so verantwortungsbewusste Milcherzeuger und ihre Tiere live zu erleben. Wir sind der Meinung, die Ernährungskompetenz der Kleinen und die Entwicklung eines Bewusstseins für die Entstehung von Nahrungsmitteln kann nicht früh genug gefördert werden.

Im Rahmen der Weihnachtsgeschenkeaktion 2015 hat OMIRA auf Präsente für Geschäftspartner verzichtet und stattdessen zugunsten karitativer und sozialer Einrichtungen gespendet, tatkräftig unterstützt durch weitere Spendenbeiträge aus der Belegschaft.

Wie in den vergangenen Jahren erhielt die Aktion Radio 7 „Drachenkinder“, die traumatisierte und behinderte Kinder und Jugendliche zwischen Alb und Bodensee, Schwarzwald und Allgäu unterstützt, einen Spendenbetrag von 5.000 Euro. Weitere 5.000 Euro gingen an die Lebenshilfe Ansbach e.V., eine Selbsthilfevereinigung von und für Menschen mit geistiger und körperlicher Behinderung. Die Lebenshilfe Ansbach ermöglicht es Menschen mit Behinderung, gleichberechtigt am Leben in der Gesellschaft teilzunehmen.





HERZLICHEN DANK

Wir freuen uns, dass Sie uns Ihre Zeit gewidmet und OMIRAs Weg in die Nachhaltigkeit mitverfolgt haben. Wir hoffen, Ihnen einen interessanten und aufschlussreichen Überblick geboten zu haben. Eines können wir schon jetzt versprechen: Das Thema Nachhaltigkeit wird uns auch in Zukunft begleiten und bewegen. Mehr darüber im nächsten Jahr. Wer nicht so lange warten möchte, kann sich mit Fragen oder Anregungen gern per E-Mail an unseren Nachhaltigkeitsbeauftragten wenden.



„Wir alle sind OMIRA“





GRI- und UN Global-Compact-Index*

| UNGC-Prinzipien | GRI | Beschreibung | Berichtet | Seite |
|----------------------------|-------|---|-----------|--------------------|
| Allgemeine Standardangaben | | | | |
| Strategie und Analyse | | | | |
| | G4-1 | Vorwort | .. | 2, 3 |
| | G4-2 | Wichtigste Auswirkungen, Chancen und Risiken | .. | 2, 3, 7,10 |
| Unternehmensportrait | | | | |
| | G4-3 | Name der Organisation | .. | 2 (OMIRA GmbH) |
| | G4-4 | Marken, Produkte und Dienstleistungen | .. | 16, 17 |
| | G4-5 | Hauptsitz | .. | 13 |
| | G4-6 | Länder, in denen das Unternehmen operiert | .. | 13 |
| | G4-7 | Eigentumsverhältnisse und Rechtsform | .. | 132 |
| | G4-8 | Märkte, die bedient werden | .. | 16, 17, 18, 20, 21 |
| | G4-9 | Größe der Organisation | .. | 13 (Schaubild) |
| 6: Labour | G4-10 | Gesamtzahl der Beschäftigten | .. | 34, 35 |
| 3: Labour | G4-11 | Prozentsatz aller Mitarbeiter, die von Kollektivvereinbarungen erfasst werden | . | 36 |
| | G4-12 | Beschreibung der Lieferkette | .. | 20, 21 |
| | G4-14 | Vorsorgeprinzip | . | 10 |
| | G4-15 | Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen | .. | 9 |
| | G4-16 | Mitgliedschaften | .. | 9 |
| Berichtsgrenzen | | | | |
| | G4-17 | Unternehmen, die im Bericht berücksichtigt sind | .. | 14 |
| | G4-18 | Festlegung der Berichtsinhalte | .. | 8 |
| | G4-19 | Wesentliche Aspekte der Nachhaltigkeit | .. | 8 |
| | G4-20 | Abgrenzung wesentlicher Aspekte intern | . | 8 |
| | G4-21 | Abgrenzung wesentlicher Aspekte extern | . | 8 |
| Stakeholder | | | | |
| | G4-24 | Liste eingebundener Stakeholdergruppen | .. | 11 |
| | G4-25 | Auswahl der Stakeholder | .. | 11 |
| | G4-26 | Ansatz zur Einbindung von Stakeholdern | .. | 11 |
| | G4-27 | Fragen und Bedenken von Stakeholdern | .. | 11 |
| Berichtsprofil | | | | |
| | G4-28 | Berichtszeitraum | .. | 46 |
| | G4-30 | Berichtszyklus | .. | 46 |
| | G4-31 | Ansprechpartner für Fragen zum Bericht | .. | 46 |
| | G4-32 | GRI-Index | .. | 46 |
| | G4-33 | Prüfung des Berichts | .. | 46 |
| Unternehmensführung | | | | |
| | G4-34 | Führungsstruktur der Organisation | .. | 15 |
| | G4-35 | Vollmachten von Kontrollorgan (KO) und Führungskräfte | .. | 7, 15 |
| | G4-36 | Zuständigkeiten für Nachhaltigkeit | .. | 7 |
| | G4-37 | Konsultationsverfahren zwischen Stakeholdern und KO | . | 7, 11 |

*In den Index wurden nur jene Angaben aufgenommen, über die auch berichtet wird. Nicht anwendbare Vorgaben bzw. jene, zu denen keine Daten erhoben wurden und über die nicht berichtet werden kann, sind nicht dargestellt.

.. vollständig berichtet . teilweise berichtet

| UNGC-Prinzipien | GRI | Beschreibung | Berichtet | Seite |
|--|-------|--|-----------|--------------------------------|
| | G4-38 | Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans | .. | 15 |
| | G4-39 | Vorsitz des Kontrollorgans | .. | 15 (Aufsichtsratsvorsitzender) |
| | G4-40 | Nominierungs- und Auswahlverfahren des Kontrollorgans | .. | 15 |
| | G4-42 | Rolle des KO in Bezug auf Nachhaltigkeitsstrategie | .. | 15 |
| | G4-43 | Maßnahmen zur Steigerung der kollektiven Kenntnisse des KO | .. | 15 |
| | G4-44 | Leistungsbeurteilung des KO | .. | 15 |
| Ethik und Werte | | | | |
| 10: Anti-corruption | G4-56 | Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards | .. | 22, 23 |
| 10: Anti-corruption | G4-57 | Interne und externe Verfahren zu ethischem und gesetzeskonformen Verhalten und gesetzeskonformen Verhalten | • | 22, 23 |
| 10: Anti-corruption | G4-58 | Interne und externe Verfahren zur Meldung von unethischen Verhaltensweisen | • | 22, 23 |
| Spezifische Standardangaben | | | | |
| Ökonomie | | | | |
| Wirtschaftliche Leistung | | | | |
| | EC1 | Direkt erwirtschafteter und verteilter Wert | .. | 13 |
| 7: Environment | EC2 | Durch Klimawandel bedingte Kosten | • | 25 ff. |
| | EC3 | Umfang betrieblicher sozialer Zuwendungen | • | 36 |
| 6: Labour | EC5 | Verhältnis Lohn/Geschlecht | • | 36 |
| Marktpräsenz | | | | |
| 6: Labour | EC6 | Anteil lokal angeworbener Führungskräfte | • | 15 |
| Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen | | | | |
| Lokale Beschaffung | | | | |
| | EC9 | Anteil an Ausgaben für lokale Zulieferer | .. | 15 |
| Ökologie | | | | |
| Material | | | | |
| 7: Environment 8: Environment | EN1 | Eingesetzte Materialien | • | 20, 21 |
| 8: Environment | EN2 | Anteil der Sekundärrohstoffe | • | 20, 21 |
| Energie | | | | |
| 7: Environment 8: Environment | EN3 | Energieverbrauch innerhalb der Organisation | .. | 28 ff. |
| 8: Environment | EN4 | Energieverbrauch außerhalb der Organisation | .. | 28 ff. |
| 8: Environment | EN5 | Energieintensitätsquotient | .. | 28 ff. |
| 8: Environment 9: Environment | EN6 | Verringerung des Energieverbrauchs | .. | 28 ff. |
| Wasser | | | | |
| 7: Environment 8: Environment | EN8 | Gesamtwasserentnahme nach Quelle | .. | 28 ff. |
| 8: Environment | EN10 | % des wiederverwendeten Wassers | • | 33 |



| UNGC-Prinzipien | GRI | Beschreibung | Berichtet | Seite |
|---|------|--|-----------|--------|
| Emissionen | | | | |
| 7: Environment 8: Environment | EN15 | Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1) | .. | 29, 30 |
| 7: Environment 8: Environment | EN16 | Indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2) | .. | 29, 30 |
| 7: Environment 8: Environment | EN17 | Weitere indirekte Emissionen (Scope 3) | .. | 29, 30 |
| 8: Environment | EN18 | Intensität der THG Emissionen | .. | 29, 30 |
| 8: Environment 9: Environment | EN19 | Reduzierung der Treibhausgasemissionen | .. | 29, 30 |
| Abwasser und Abfall | | | | |
| 8: Environment | EN22 | Gesamt volumen von Abwassereinleitungen | .. | 33 |
| 8: Environment | EN23 | Abfall nach Art und Entsorgungsmethode | .. | 33 |
| Produkte und Dienstleistungen | | | | |
| 7, 8, 9: Environment | EN27 | Maßnahmen zur Verringerung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen | .. | 24 ff. |
| Compliance | | | | |
| Principle 8: Environment | EN29 | Geldbußen/Sanktionen wegen Nichteinhalten von Umweltauflagen | .. | 23 |
| Transport | | | | |
| Principle 8: Environment | EN30 | Auswirkungen durch Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien sowie Mitglieder der Belegschaft | • | 28 ff. |
| Insgesamt | | | | |
| 7, 8, 9: Environment | EN31 | Gesamte Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz | • | 28 ff. |
| Lieferantenbewertung hinsichtlich ökologischen Aspekten | | | | |
| 8: Environment | EN32 | % neuer Lieferanten die nach ökologischen Kriterien überprüft wurden | • | 20, 21 |
| Arbeitspraktiken und Menschenwürdige Beschäftigung | | | | |
| Beschäftigung | | | | |
| 6: Labour | LA1 | Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter und Fluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region | • | 36 |
| | LA2 | Betriebliche Leistungen für Vollzeitangestellte | .. | 36 |
| Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | | | | |
| | LA6 | Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle | .. | 38 |
| | LA7 | Arbeitnehmer mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung | • | 38 |
| | LA8 | Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in förmlichen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden | • | 38 |
| Aus- und Weiterbildung | | | | |
| 6: Labour | LA9 | Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter | • | 38 |
| | LA10 | Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, Vorbereitung im Umgang mit dem Berufsausstieg | • | 38 |
| 6: Labour | LA11 | Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung zur Karriereentwicklung erhalten | • | 38 |
| 6: Labour | LA11 | Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung zur Karriereentwicklung erhalten | • | 38 |
| Gleicher Lohn für Frauen und Männer | | | | |
| 6: Labour | LA13 | Verhältnis des Grundgehalts von Frauen und Männern | • | 38 |

| UNGC-Prinzipien | GRI | Beschreibung | Berichtet | Seite |
|--|------|---|-----------|--|
| Lieferantenbewertung hinsichtlich Arbeitspraktiken | | | | |
| | LA14 | % neuer Lieferanten die auf Arbeitspraktiken geprüft wurden | • | 38 |
| Menschenrechte/Gesellschaft | | | | |
| 2: Human Rights | HR1 | % der Investitionsvereinbarungen die Menschenrechtsklauseln enthalten | • | Wir sind nur in Ländern aktiv, in denen Menschenrechte nicht gefährdet sind. |
| 1: Human Rights | HR2 | Schulungsstunden zu Menschenrechtspolitik | .. | 23 |
| 6: Labour | HR3 | Diskriminierungsfälle und Maßnahmen | .. | 23 |
| 1: Human Rights | HR7 | % Sicherheitspersonal mit Schulung in Menschenrechte | .. | 23 |
| 1: Human Rights | HR9 | Auf Menschenrechte geprüfte Standorte | .. | 23 |
| 2: Human Rights | HR10 | % der Lieferanten die auf Menschenrechte geprüft wurden | .. | 20, 21 |
| Lokale Gemeinschaften | | | | |
| 1: Human Rights | SO1 | Standorte mit Maßnahmen zur Einbeziehung lokaler Gemeinschaften, Förderprogramme | .. | 39 |
| Korruptionsbekämpfung | | | | |
| 10: Anti-corruption | SO3 | Anteil der auf Korruptionsrisiken geprüften Geschäftsstandorte | • | 23 |
| 10: Anti-corruption | SO4 | Leitlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung | .. | 23 |
| 10: Anti-corruption | SO5 | Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen | .. | 23 |
| Politik | | | | |
| 10: Anti-corruption | SO6 | Gesamtwert von politischen Spenden | .. | 23 |
| Wettbewerbswidriges Verhalten | | | | |
| | SO7 | Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse | .. | 23 |
| Compliance | | | | |
| | SO8 | Bußgelder und monetäre Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften | .. | 23 |
| Lieferantenbewertung hinsichtlich gesellschaftliche Auswirkungen | | | | |
| | SO9 | Neue Lieferanten die auf Auswirkungen auf die Gesellschaft geprüft wurden | • | 20, 21 |
| Produktverantwortung | | | | |
| Kundengesundheit und -sicherheit | | | | |
| | PR1 | Auf Gesundheit und Sicherheit geprüfte Produktkategorien | .. | 19 |
| | PR2 | Nichteinhalten von Vorschriften bezüglich Gesundheit und Produktsicherheit | .. | 19 |
| Schutz der Privatsphäre von Kunden | | | | |
| | PR8 | Anzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre des Kunden und Verletzung des Datenschutzes | .. | 23 |



Berichtsprofil

Diesen Bericht haben wir in Anlehnung an die von der Global Reporting Initiative (GRI) erstellten internationalen G4-Leitlinien erarbeitet.

Dies ist unser erster Nachhaltigkeitsbericht. Auf eine externe Prüfung haben wir verzichtet.

Künftig wird OMIRA jährlich berichten.

Zur besseren Lesbarkeit verwenden wir den maskulinen Genus für Personenbezeichnungen, wobei die weibliche Form ausdrücklich eingeschlossen ist.

Impressum

Herausgeber:

OMIRA Oberland-Milchverwertung GmbH

Jahnstraße 10

88214 Ravensburg

Telefon: +49 (0)751-887-0

Telefax: +49 (0)751-887-109

E-Mail: mail@omira.de

Internet: www.omira.de

Aufsichtsratsvorsitzender: Erich Härle

Geschäftsführer: Ralph Wonnemann

Sitz der Gesellschaft: Jahnstraße 10, 88214 Ravensburg

Umsatzsteuer Ident-Nr.: DE 146347761

Registergericht: Amtsgericht Ulm HRB 550010

Nachhaltigkeitsbeauftragter: Dr. Johannes Eder

E-Mail: johannes.eder@omira.de

Gestaltung und Umsetzung: GDS GmbH, Hamburg

UNSERE
MARKEN



