


OMIRA

NACHHALTIGKEIT

BERICHT 2016



UNSERE VERANT WORTUNG

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

im vergangenen Jahr haben wir unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Seither haben wir unser Engagement noch weiter vorangetrieben.

Wir als süddeutsche Molkerei sehen unsere Verantwortung für mehr Nachhaltigkeit nicht nur regional, sondern auch global. Wir wollen diesen Weg bewusst nicht alleine, sondern gemeinsam mit unseren Milch-erzeugern, Mitarbeitern, Kunden und allen weiteren Stakeholdern gehen. Die ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit ist bereits fester Bestandteil unserer OMIRA-Unternehmensstrategie und wird auch konsequent gelebt. Wir sind davon überzeugt, dass diese klare Positionierung immer mehr Mitstreiter, auch auf Kunden- und Partnerseite, findet. So können wir gemeinsam die Verantwortung für eine gesunde

Zukunft von Landwirtschaft und Lebensmittelindustrie auch weiterhin übernehmen.

Vieles was wir uns in 2016 zum Ziel gesetzt haben, konnten wir realisieren. So ist OMIRA seit diesem Jahr klimaneutral – zertifiziert durch den TÜV Rheinland. Zudem haben wir unser Pilotprojekt für mehr Klimaschutz in der Landwirtschaft „AgriClimateChange“, das wir gemeinsam mit der Bodensee-Stiftung erarbeitet haben, abgeschlossen.

Neben vielen positiven Entwicklungen war 2016 dennoch für die deutsche Milchwirtschaft, die OMIRA und unsere Milcherzeuger ein sehr herausforderndes Jahr. OMIRA hat diese Situation zum Anlass genommen, die Gespräche mit international aktiven, finanzstarken Partnern zu beschleunigen. Hierin sehen wir die Chance, unseren



Milcherzeugern ein überdurchschnittliches Milchgeld nachhaltig zu sichern und für das Unternehmen attraktive, internationale Märkte zu erschließen, die auch unsere Nachhaltigkeitsinitiative wertschätzen.

Wir bekennen uns klar zu unserer regionalen Milchwirtschaft. Die zukünftigen Chancen von OMIRA liegen auch als Bestandteil einer international agierenden Gruppe vor allem in der besonderen lokalen Herkunft der Milch in Kombination mit einem wegweisenden Qualitäts- und Nachhaltigkeitskonzept vom Milcherzeuger bis zum Endprodukt.

Regionalität, Tierwohl und Klimaschutz: all das sind die entscheidenden Faktoren für unser Unternehmen und wichtige Themen, die auch in Zukunft in der Öffentlichkeit

weiterhin eine große Rolle spielen werden. Wir haben uns noch viel vorgenommen – gemeinsam gehen wir es an. Folgen Sie uns auf den nächsten Seiten durch unseren zweiten OMIRA-Nachhaltigkeitsbericht, 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 - 13

2

UNTERNEHMEN

Omira – eine starke Gemeinschaft

2.1	Die Struktur der OMIRA	15, 16
2.2	Die Richtung vorgeben	17

3

PRODUKTE UND MÄRKTE

Höchste Qualität aus Süddeutschland

3.1	Kompetenter Partner der Lebensmittelindustrie	19
3.2	MinusL: Pionier bei laktosefreien Produkten	19
3.3	Frische aus der Region	19
3.4	Ausgezeichnet von der DLG	20
3.5	Langjährige Produktqualität bescheinigt	20
3.6	Höchste deutsche Qualitätsauszeichnung erhalten	20
3.7	Qualitätsmanagement – kundenorientiert und auf hohem Niveau	21
3.8	Lieferantenmanagement: Je nachhaltiger, desto besser	22, 23

4

ETHIK

Respektvoll im Umgang miteinander

4.1	Mitarbeiter fördern	25
4.2	Offenheit in der Kommunikation	25
4.3	Fairness im Umgang mit Mitarbeitern und Partnern	25
4.4	Menschenrechte im Blick	25
4.5	Für ein korrektes Miteinander	25



5

LANDWIRTSCHAFT

Das KUH-Konzept: Nachhaltigkeit bei unseren Milcherzeugern

5.1	Das KUH-Konzept	27 - 30
5.2	Weniger Antibiotika	31
5.3	Fütterung ohne Gentechnik	31
5.4	Klimawandel und Landwirtschaft	32, 33

6

UMWELT

Umweltschutz heißt: Verbrauch senken

6.1	2016 klimaneutrale OMIRA	35 - 37
6.2	2016 aktueller Energieverbrauch	38
6.3	Energie für Transporte	38
6.4	Wasser und Abwasser	38
6.5	Abfall verwerten	39

7

GESELLSCHAFT

Mitarbeiter und Soziales

7.1	Stabile Mitarbeiterzahlen	41
7.2	Ausbildungsquote mit steigender Tendenz	42
7.3	Leistungen über den Tarif hinaus	42, 43
7.4	Gesundheit und Sicherheit immer im Blick	44
7.5	Gesundheit als kontinuierlicher Prozess	44
7.6	Mitarbeiterkompetenz als Schlüssel zu nachhaltigem Handeln	44
7.7	Unser soziales Engagement in der Region	45

> Herzlichen Dank	46, 47
> GRI Index	48 - 51
> Berichtsprofil	52
> Impressum/Kontakt	52

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

Als Molkerei aus Baden-Württemberg sehen wir unsere nachhaltige Verantwortung nicht nur in der Region, sondern auch weltweit. Wir handeln selbstverständlich gewinnorientiert im Sinne des Unternehmens, jedoch stellen wir gleichzeitig hohe Ansprüche an uns bezüglich des sparsamen Umgangs von natürlichen Ressourcen und des respektvollen Umgangs miteinander.

1.1 Das Fundament legen

Nach einer intensiven Entwicklungsphase, in der auch externe Experten einbezogen wurden, haben wir Ende 2015 das Fundament für ein belastbares und professionelles Nachhaltigkeitskonzept gelegt. Basis des Modells ist ein ganzheitlicher Ansatz, vom Lieferanten bis zum Kunden, der die drei Bereiche Ökologie, Ökonomie und Soziales umfasst.

Mit der zum Jahreswechsel 2015/2016 präsentierten Strategie „OMIRA 2020plus“ wurden die Weichen für eine zukunftsweisende Weiterentwicklung der OMIRA gestellt.

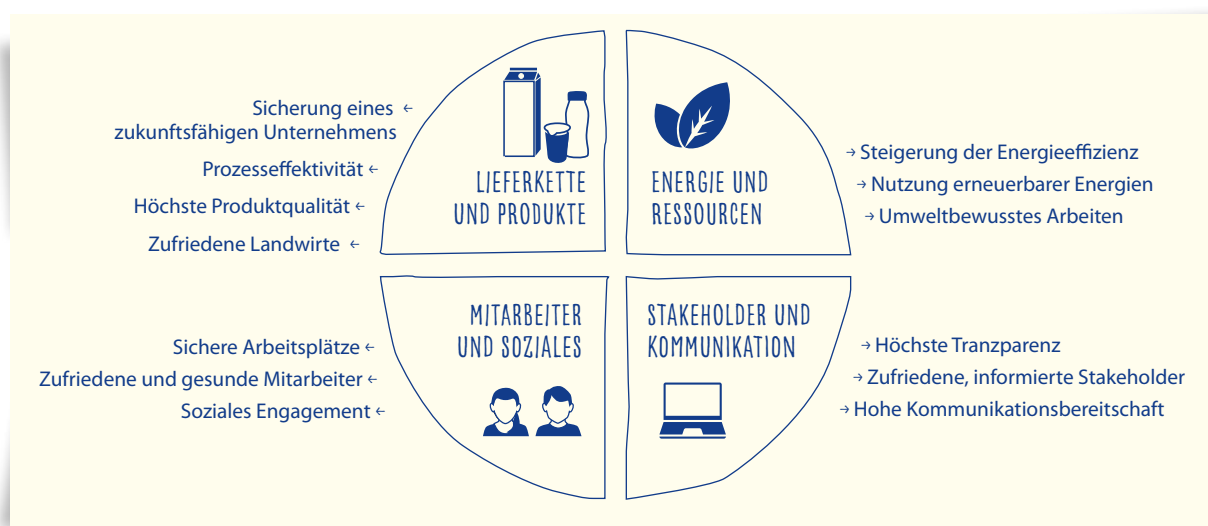
Wichtige Elemente des Konzepts sind die besondere Herkunft des Rohstoffs Milch sowie ein klares Bekenntnis zu Qualität und Nachhaltigkeit.

Unsere Nachhaltigkeitsleitlinien basieren 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 für das 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.

Herr Dr. Johannes Eder, Agrar-Ingenieur und mit der Milchwirtschaft bestens vertraut, besetzt weiterhin bei OMIRA die verantwortungsvolle Position des Nachhaltigkeitsbeauftragten. Er ist verantwortlich für die Koordi-

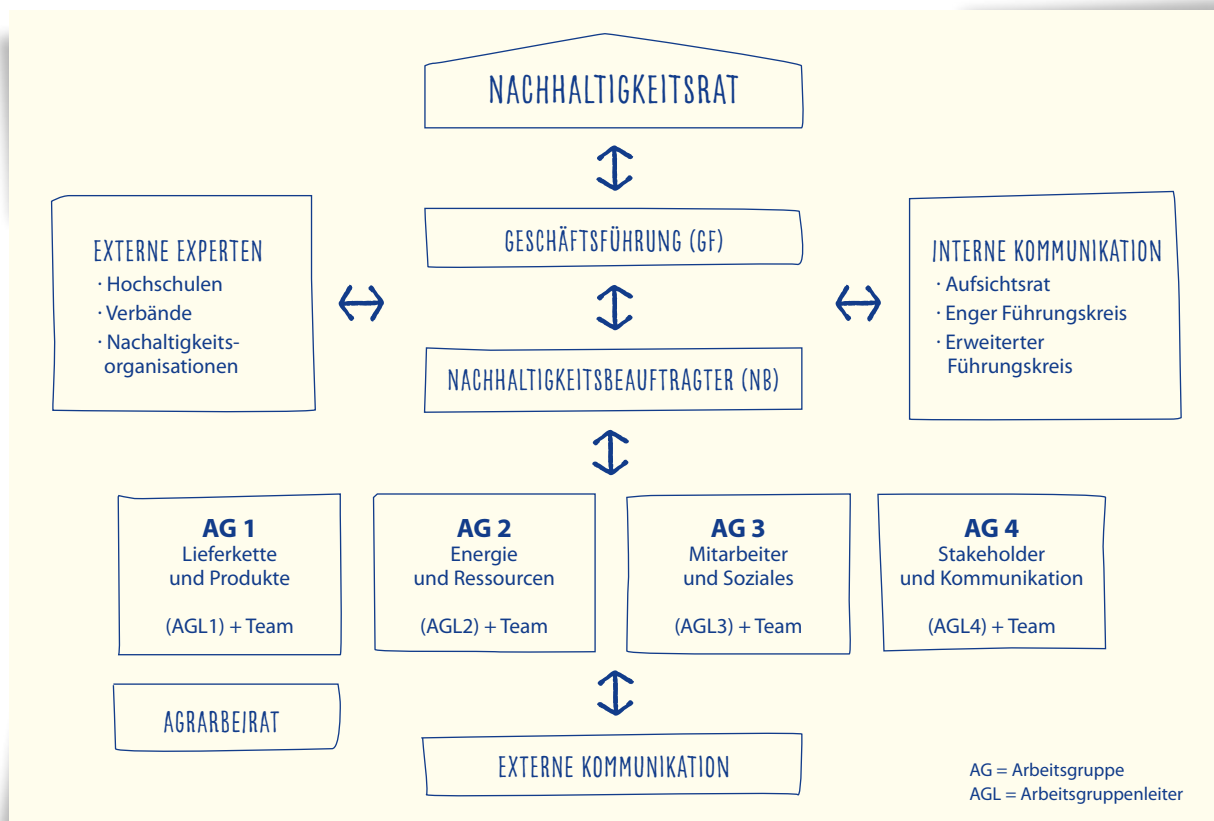
nation und Führung der jeweiligen Arbeitsgruppen, die Verankerung der Nachhaltigkeit im Unternehmen und die systematische Umsetzung in internen Strukturen und Prozessen.



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.

Außerdem entwickeln sie Maßnahmen zur Realisierung von Zielen innerhalb der thematischen Schwerpunkte, bilden Projektgruppen, verfolgen die Umsetzung von Projekten und erstatten Bericht an den Nachhaltigkeitsbeauftragten sowie die Geschäftsführung.

1.4 Klare Bekenntnisse

Transparenz und damit Nachvollziehbarkeit sind wesentliche Aspekte unseres nachhaltigen Handelns. Seit Februar 2015 sind wir daher Teil des UN Global Compact.



WE SUPPORT

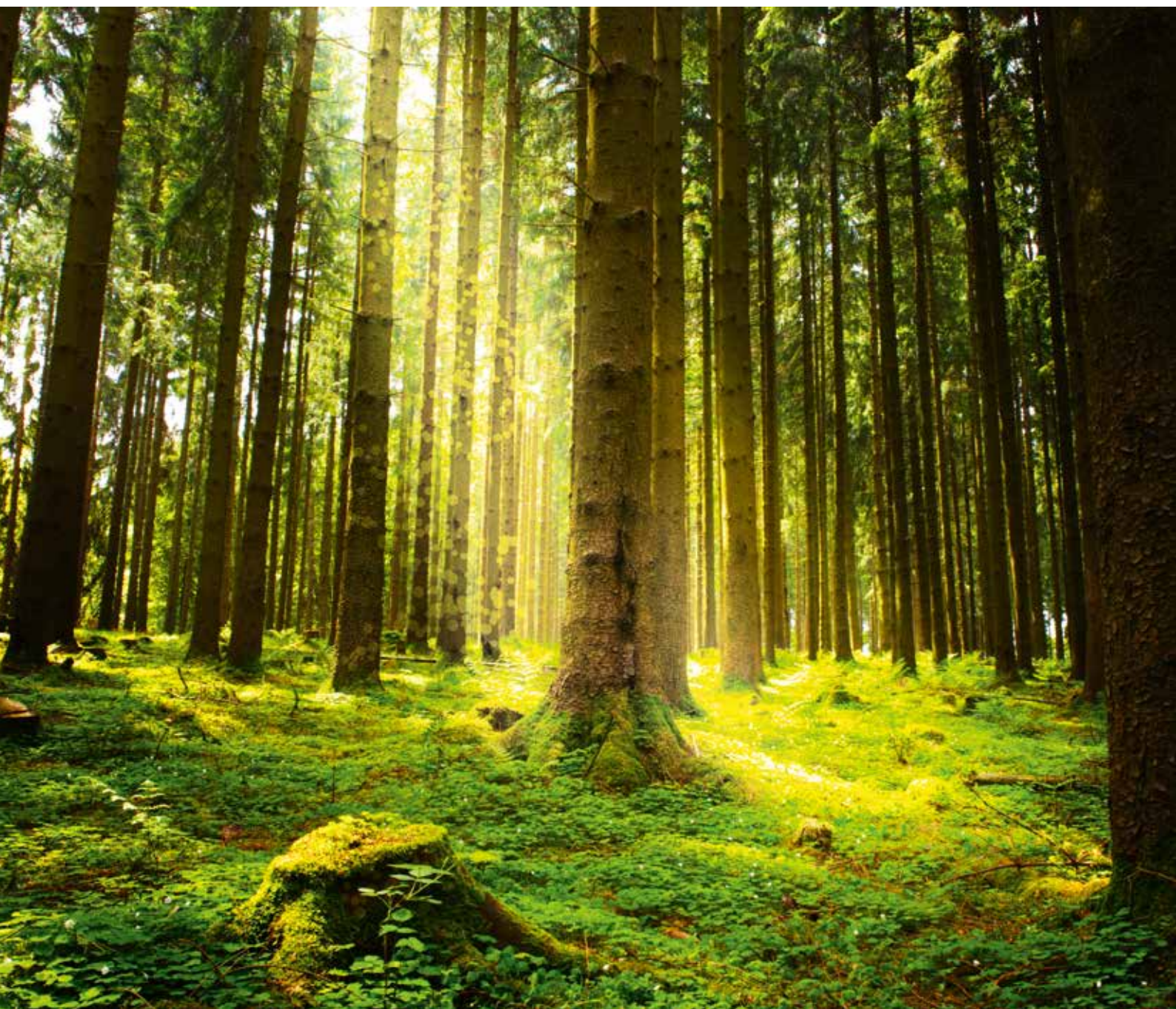
Der UN Global Compact ist die weltweit größte und wichtigste Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Die Vision des UN Global Compact, eine nachhaltige Weltwirtschaft auf der Grundlage von zehn universellen Prinzipien, tragen wir mit.

Alle weltweit teilnehmenden Unternehmen stehen gemeinsam für die Achtung der Menschenrechte, die Einhaltung von Arbeitsnormen, die Korruptionsbekämpfung und den Umweltschutz ein.

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

2016 war ein Jahr, das für die Milcherzeuger in Deutschland nach einem bereits sehr schwachen Milchjahr 2015 den absoluten Tiefpunkt des Milchgeldniveaus seit vielen Jahren gebracht hat. Auch die OMIRA konnte sich dieser Entwicklung nicht entziehen. Obwohl OMIRA den Anteil von Produkten mit hohem Wertschöpfungsniveau konsequent erhöhte, verfügen wir noch über eine beachtliche Menge an sogenannten „Commodities“ mit hohen Preisschwankungen. Zunächst hat uns der niedrige Abschluss für Frische-Produkte in den Handelsmarken von Mai bis Oktober 2016 getroffen. Gleichzeitig konnten wir von der Aufwärtsbewegung der Märkte ab Sommer 2016 nur teilweise profitieren, da die Milchpulvernotierungen durch die politisch verursachten Interventionsmengen nicht mit den anderen Verwertungen mithalten konnten. Nach wie vor stellt die hohe Volatilität des Milchpreises ein hohes Risiko dar.

Diese unerfreuliche Entwicklung bestätigt jedoch den Weg der Strategie OMIRA 2020plus.

Darüber hinaus ist 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 zukünftigen Herausforderungen 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 zukünftige Chance von OMIRA liegt vor allem in der besonderen regionalen Herkunft der Milch in Kombination mit einem wegweisenden Qualitäts- und Nachhaltigkeitskonzept vom Milcherzeuger bis zum Endprodukt.

Weitere wesentliche Chancen sind die Verstärkung der Geschäftsaktivitäten durch die Partnerschaft mit einem international aktiven, finanzstarken Partner und somit die weltweite Erweiterung der Vertriebsaktivitäten, die Stabilisierung der Geschäftsbeziehungen mit Industriekunden auf Basis langfristiger Verträge mit Risiko-/Preisklauseln und Back-to-Back-Konstruktionen, sowie die Stärkung und der Ausbau der eigenen Marken, wie z. B. MinusL.

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. Neue Impulse, die aus der Diskussion mit unseren Stakeholdern

entstehen, werden gezielt zur Entwicklung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen genutzt. Ziel ist hier der Wissensaustausch und die Informationsvermittlung an beteiligte Interessensgruppen sowie die Förderung nachhaltigen Denkens im Unternehmen.

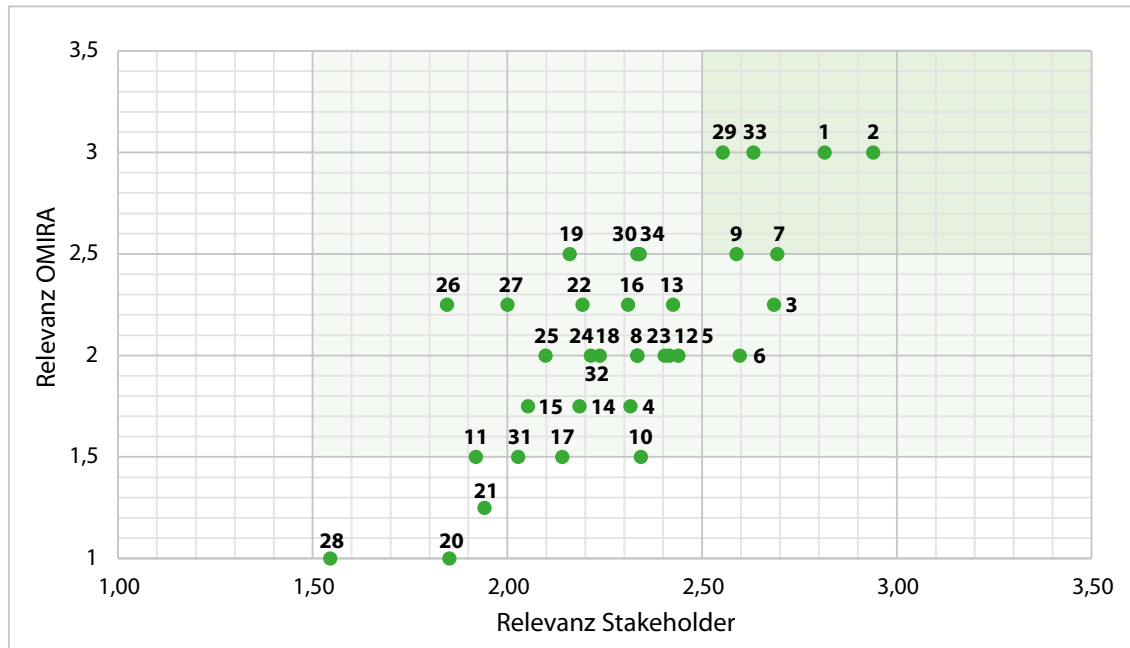
AUSWAHL, THEMEN UND EINBEZIEHUNG UNSERER STAKEHOLDER

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

Gemeinsam mit unseren Stakeholdern ermitteln wir, welche wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen als wichtig einzustufen sind. Neben der fachlichen, fundierten Bewertung der Themenfelder aus OMIRA-Sicht fließt hierbei auch die Beurteilung aus Sicht

unserer Stakeholder mit ein. In diesem Bericht wurde die Relevanz unterschiedlicher Nachhaltigkeitsaspekte im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse bewertet. Als Vorbereitung hierzu wurden eine Stakeholderanalyse und eine Befragung durchgeführt.

WESENTLICHKEITSANALYSE DER OMIRA



(Bewertungsskala: 1 = mittlere Relevanz; 3 = sehr hohe Relevanz)

Nachhaltigkeitsaspekte

1	Kundengesundheit und -sicherheit	18	Optimierung der Logistik
2	Produktqualität und -sicherheit	19	Korruptionsbekämpfung
3	Wirtschaftliche Leistung des Unternehmens	20	Lieferantenbewertung hinsichtlich ökologischer Aspekte
4	Nachhaltige Beschaffung von Rohstoffen	21	GVO-freies Soja
5	Energieeffizienz	22	Milchpreis
6	Sicheres Beschäftigungsverhältnis	23	Arbeitgeberattraktivität
7	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	24	Transparenz in der Lieferkette
8	Aus- und Weiterbildung	25	Ökobilanz
9	Gutes Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis	26	Regionaler Futteranbau
10	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	27	Internationalisierung
11	Zusammenarbeit mit lokalen Gemeinschaften	28	Genossenschaft
12	Reduzierung von Abwasser und Abfall	29	Innovationen
13	Verringerung von Emissionen	30	Wissenstransfer
14	Tierwohl	31	Forschung
15	Lieferantenbewertung hinsichtlich ihrer Arbeitspraktiken	32	Kommunikation und Stakeholderdialog
16	Compliance	33	Engagement für das Unternehmen
17	Reduzierung der Primärwassernutzung	34	Regionalität

Stimmen zu OMIRA



**MIT MINUSL VERBINDE
ICH FREIHEIT!**

Jennifer Jovanovic, MinusL Kundin

„Meine Laktoseintoleranz wurde vor etwa einem halben Jahr festgestellt. Seitdem kaufe ich regelmäßig MinusL Produkte – mein absolutes Lieblingsprodukt ist der MinusL Schokopudding. Ich greife zu den MinusL Produkten, da sie einfach lecker schmecken – das ist für mich der ausschlaggebende Grund. Zudem gibt es eine große Produktvielfalt, die ich bei anderen Marken nicht habe. Egal auf was ich Lust habe, MinusL hat es für mich. MinusL hat mein Leben verändert, da ich mir bei der Produktauswahl keine Gedanken mehr machen muss. Der Einkauf gestaltet sich einfacher. Und der Genuss ist super!“

Moni Schnez, LandFrau und Botschafterin für Agrarprodukte der Region für die OMIRA

„Verkostungen für OMIRA MILCH liegen mir sehr am Herzen, da ich als Milcherzeugerin ganz besonders hinter dem Produkt stehen kann. Häufig fragen mich Kunden bei den Verkostungen im Supermarkt: ‚Wie kann ich die Landwirte unterstützen?‘. Meine Antwort lautet immer: ‚Indem Sie die Regionalmarke kaufen‘. Als Milcherzeugerin kann ich mein landwirtschaftliches Wissen an die Kunden weitergeben und ihnen zeigen, wie viel Arbeit in der Produktion von Milchprodukten steckt – von der Milch bis zum Endprodukt. Hilfreich ist dabei auch, dass wir LandFrauen bei OMIRA einen Einblick in die aufwendige Produktion von Milchprodukten erhalten haben. Dadurch können wir umfassend zu den Produkten beraten und die Fragen der Kunden kompetent beantworten.“



**MIT OMIRA VERBINDE
ICH DIE REGION!**



**AN DER ZUSAMMENARBEIT MIT OMIRA SCHÄTZE
ICH DAS ECHTE & SPÜRBARE NACHHALTIGKEITS-
ENGAGEMENT SOWIE DAS GEGENSEITIGE VERTRAUEN.**

Patrick Trötschler, Dipl.-Ing. agr. Stellv. Geschäftsführer der Bodensee-Stiftung

„Seit 2015 arbeiten wir, das heißt die Bodensee-Stiftung und die OMIRA, gemeinschaftlich an dem Projekt „Mehr Klimaschutz auf OMIRA-Betrieben“. Durch einen Artikel in der Badischen Bauernzeitung über das Nachhaltigkeitsengagement der OMIRA mit dem besonderen Schwerpunkt auf Klimaschutz wurde ich auf die OMIRA aufmerksam. Da die Bodensee-Stiftung seit 2010 intensiv am Thema „Landwirtschaft und Klimaschutz“ arbeitet, habe ich unsere Aktivitäten und Kompetenzen der OMIRA vorgestellt. Daraus hat sich dann ein gemeinschaftliches Projekt entwickelt. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit steht die Analyse der Energieverbräuche und Treibhausgas-Emissionen von OMIRA-Milchviehbetrieben und die anschließende Entwicklung und Umsetzung von einzelbetrieblichen Maßnahmenplänen für mehr Klimaschutz. Die gewonnenen Ergebnisse

und Erfahrungen setzen wir ein, um möglichst viele OMIRA-Milchbauern zur Umsetzung von Klimaschutz-Maßnahmen in ihren Betrieben zu motivieren. Ich freue mich, dass OMIRA das Thema Nachhaltigkeit entdeckt hat und nun schrittweise umsetzt – im Unternehmen selbst wie auch bei den Landwirten. Das ist ein wichtiger Baustein für eine insgesamt zukunftsfähige OMIRA.“

2

- 2.1 Die Struktur der OMIRA
- 2.2 Die Richtung vorgeben

OMIRA – EINE STARKE GEMEINSCHAFT

Die OMIRA wird von rund 2.400 Milcherzeugern mit Milch aus den Regionen Bayern und Baden-Württemberg beliefert. 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 Die Struktur der OMIRA

STANDORTE (📍) UND MILCHEINZUGSGEBIET (□)



OMIRA AUF EINEN BLICK

822,1 Mio. kg Milchverarbeitung

2.252.230 kg durchschnittliche Milchverarbeitung pro Tag

809,8 Mio. kg Eigenanlieferung

12,3 Mio. kg Zukauf



2.419 Lieferanten im Jahresdurchschnitt

335.000 kg durchschnittliche Anlieferung je Lieferant

25,92 Cent je kg Auszahlungspreis im Durchschnitt aller Qualitäten inkl. Endabrechnung bei 4,20 % Fett, 3,40 % Eiweiß ohne MwSt.



27,72 Cent je kg Molkereileistung inkl. aller Kontrakte, Zuschläge und Milchgeldauszahlungen

420,1 Mio. Euro Umsatz

121,7 Mio. Euro Bilanzsumme

6,7 Mio. Euro Investitionen

6,9 Mio. Euro Abschreibungen

50,5 Mio. Euro Eigenkapital





2.2 Die Richtung vorgeben

Die Führungsebene von OMIRA besteht seit 2016 aus sieben 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 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 informiert und geschult.

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

Deutschen Corporate Governance Kodex verpflichtet. Dieser verlangt unter anderem die regelmäßige Überprüfung der Effizienz des Aufsichtsrates.

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 OMIRA zu relevanten, agrarwirtschaftlichen Themen und trägt zur Entscheidungsfindung bei. So war der Agrarbeirat beispielsweise maßgeblich an der Entwicklung des KUH-Konzepts beteiligt.

FÜHRUNGSEBENE BEI OMIRA

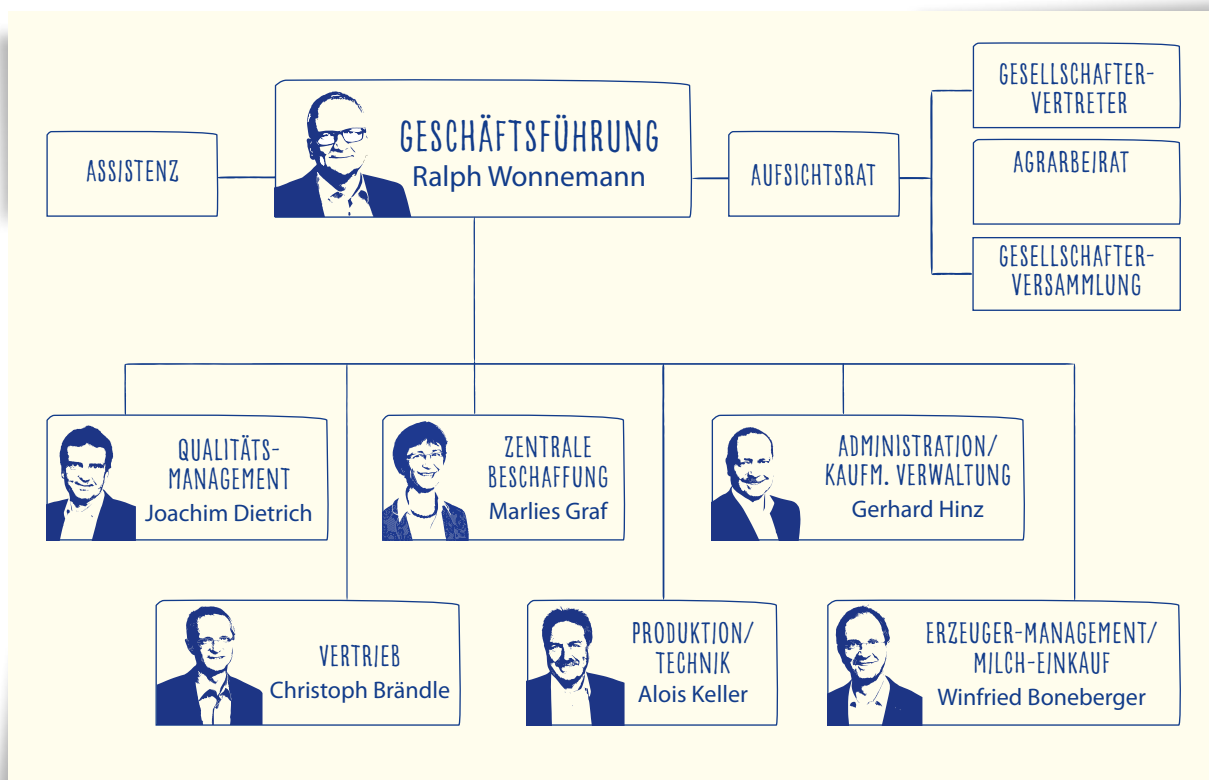


Abbildung ohne den Bereich Marketing, der von Herrn Dietmar Ney geführt wird



- 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 Höchste deutsche Qualitätsauszeichnung erhalten
- 3.7 Qualitätsmanagement – kundenorientiert und auf hohem Niveau
- 3.8 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- oder Magermilchpulver oder Butteröl: OMIRA steht für eine ebenso vielfältige wie hochwertige Produktpalette für Endverbraucher und 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 Baby-Nahrung immer wichtiger. Ein besonderer Fokus lag im Jahr 2016 auf der Weiterentwicklung unserer Spezialprodukte. Die Mengen im Bereich Baby-Nahrung wurden im Jahr 2016 erneut gesteigert. Außerdem haben wir im Bereich laktosefreie Ingredients einen bedeutenden Schritt nach vorne gemacht. Wir können nun neben unserer laktosereduzierten Variante zusätzlich laktosefreies Magermilchpulver sowie laktosefreies Vollmilchpulver herstellen. Unser laktose-

freies Milchpulver stellt eine interessante Sortimentserweiterung für die weiterverarbeitende Lebensmittel-, und hierbei insbesondere für die Süßwarenindustrie dar.

Unser Ziel für die Zukunft: mit weiteren Kunden Partnerschaften zu realisieren, um langfristig einen noch besseren Zugang zu neuen oder wachsenden Märkten 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 auch ein wesentlicher Aspekt des nachhaltigen Wirtschaftens.

3.2 MinusL: Pionier bei laktosefreien Produkten

Mit der Marke MinusL ist OMIRA seit mehr als 15 Jahren internationaler Innovations- und Marktführer im Bereich laktosefreier Produkte. In diesem Segment liegt eine der Kernkompetenzen der Molkerei. Durch Produktinnovationen und eine international verbreitete Markenführung soll die Marke weiter gestärkt werden. Laktosefreie Produkte sind gefragt – der Markt wächst nach wie vor kontinuierlich weiter. Die Marke MinusL umfasst rund 80 Produkte. In den kommenden Jahren wird die Herstellung von Spezialprodukten zunehmend an Bedeutung gewinnen. Schon jetzt sind wir dabei, unser laktosefreies Milch-



pulver intensiver zu vermarkten. In diesem Bereich sehen wir ganz besondere Chancen für die Zukunft des Unternehmens.

3.3 Frische aus der Region

Frischmilch, H-Milch, Butter, 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 dafür.

Wir freuen uns über das zunehmende Interesse der Verbraucher für Regionalität. Daher treiben wir den Ausbau unserer regionalen Marken verstärkt voran, um unserem Unternehmen und vor allem den uns verbundenen Milcherzeugern eine solide, gesicherte Zukunft zu bieten. Außerdem werden wir unsere Dessert-Kompetenz und die entsprechende Produktpalette 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 es geschafft, bei der Qualitätsprüfung durch die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft 135 goldene und 16 silberne DLG Preise in 2016 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

OMIRA ist im Jahr 2016 von der DLG zum 25. 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 zu-

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

3.6 Höchste deutsche Qualitätsauszeichnung erhalten

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat OMIRA in 2016 mit dem Bundesehrenpreis ausgezeichnet. Das ist die höchste Ehrung, die ein Unternehmen der deutschen Milchwirtschaft für seine Qualitätsleistungen erhalten kann.

Die Bundesehrenpreise wurden an zwölf Unternehmen der deutschen Milchwirtschaft vergeben, die im Vorjahr

die besten Testergebnisse bei der DLG-Qualitätsprüfung für Milcherzeugnisse erzielt haben. An diesem bedeutendsten deutschen Leistungsvergleich haben sich 182 Betriebe mit 3.091 Erzeugnissen beteiligt. Im Zentrum der Experten-Tests nach akkreditierten Prüfnormen stand die sensorische Produktanalyse, die um Labor-, Verpackungs- und Kennzeichnungstests ergänzt wurde.

3.7 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. 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, UTZ, VLOG und QM-Milch. Die zahlreichen durchgeführten Audits wurden durchgängig mit sehr guten Bewertungen bestanden. Und das Wichtigste: wir ruhen uns nicht auf diesen Lorbeeren aus, sondern entwickeln 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, wurde Ende 2015 in Ravensburg ein neues Labor in Betrieb genommen und in 2016 die letzten Modifikationen durchgeführt. Ebenso wurde mit den Planungen für einen neuen Qualitäts- und Produktentwicklungsbereich (Labor und Technikum) für unseren Standort in Neuburg begonnen, um die Qualität unserer Produkte noch besser an den Bedürfnissen des Marktes auszurichten.



Einblicke in das OMIRA Betriebs-Labor

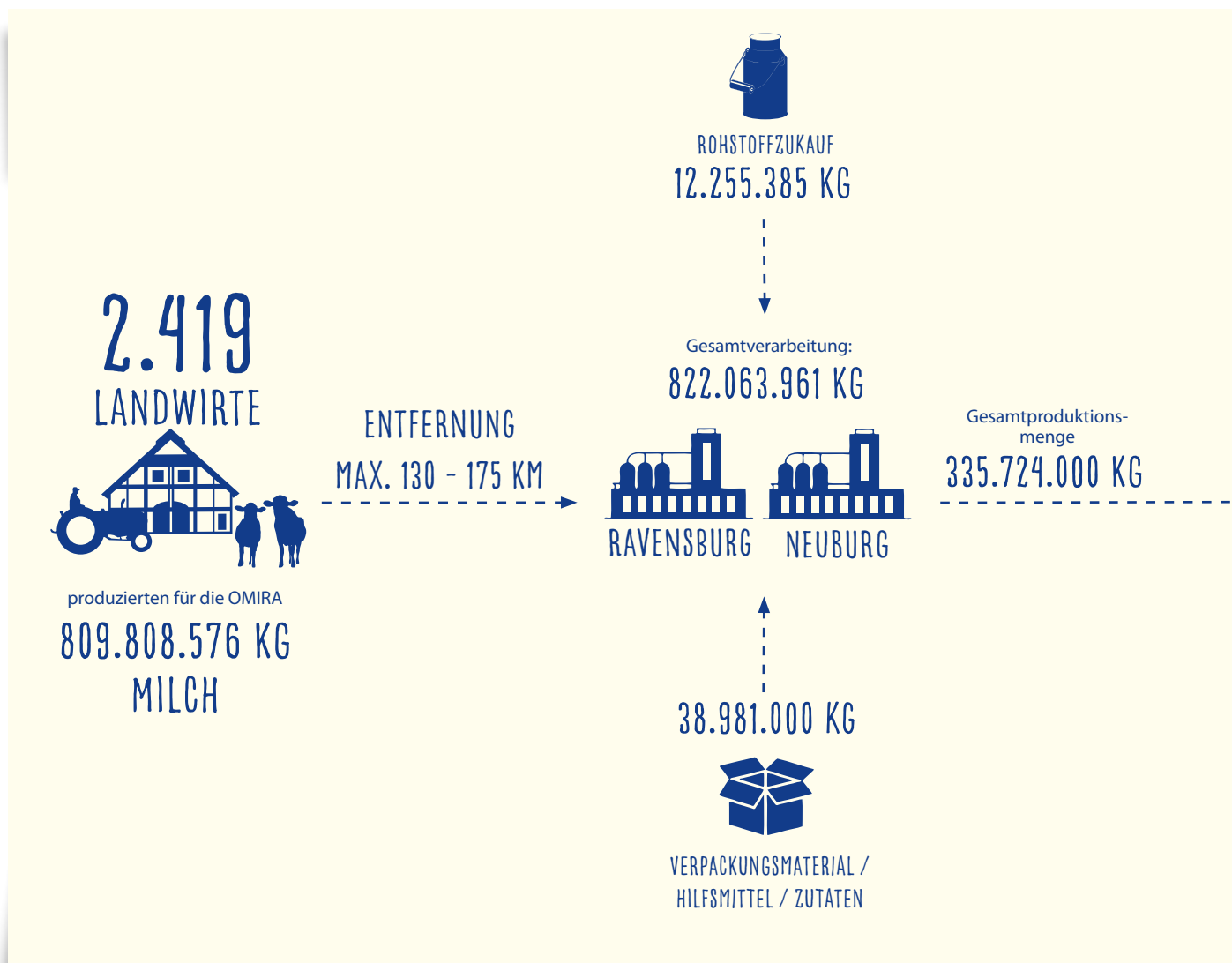


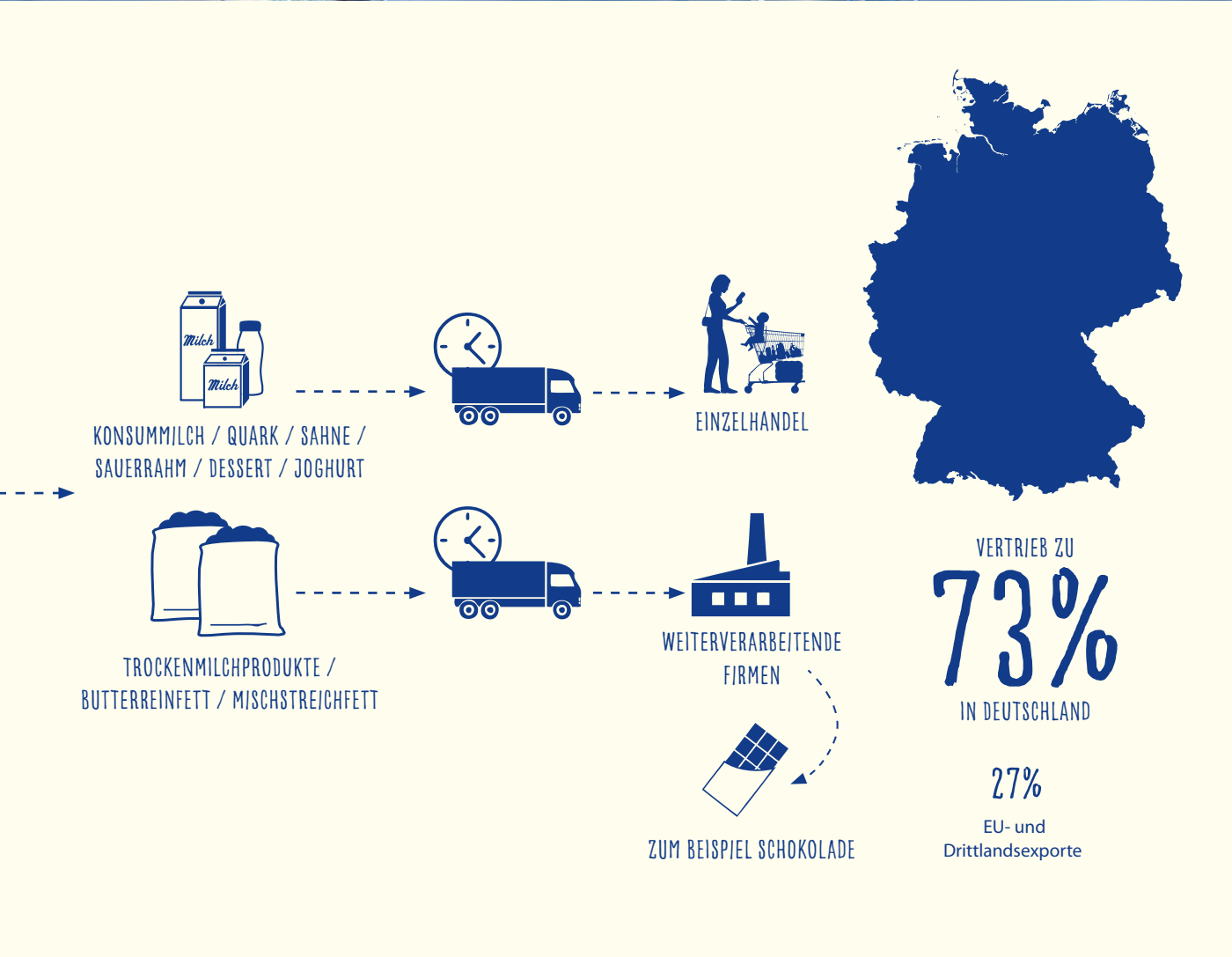
3.8 Lieferantenmanagement: Je nachhaltiger, desto besser

2016 haben wir Nachhaltigkeitskriterien ins Lieferantenmanagement aufgenommen, um neue Maßstäbe für Lieferanten und Dienstleister zu setzen. Es wurde hierzu eine Lieferantenbefragung zu nachhaltigem Handeln durchgeführt. Der Fragebogen umfasste Fragen zu den Themenbereichen „Einhaltung sozialer Standards“, „Umwelt und Klimaschutz“, „Maßnahmen zum Thema Compliance“ und „Gesellschaftliches Engagement und Kommunikation“.

Die Auswertung hierzu wird aktuell noch vorgenommen. Die ausgewerteten Daten werden wir nutzen, um die für uns relevanten Themen in unserer Wertschöpfungskette zu verankern und Nachhaltigkeit als Best Practice zu etablieren. Die Ergebnisse bilden u. a. eine Entscheidungsgrundlage, mit welchen Unternehmen wir zukünftig zusammenarbeiten.

NACHHALTIG HANDELN ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE





4

- 4.1 Mitarbeiter fördern
- 4.2 Offenheit 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

Unsere Unternehmensphilosophie beinhaltet auch Aussagen zu Themen wie Kultur & Werte, Nachhaltigkeit oder Produktqualität. Insbesondere auf einen fairen Umgang miteinander legen wir großen Wert.

4.1 Mitarbeiter fördern

Effizientem, kreativem Arbeiten messen wir große Bedeutung bei. Deshalb braucht es eine partnerschaftliche Atmosphäre, in der jeder frei kommunizieren kann und in der Probleme fair gelöst werden. Unsere Unternehmensstrategie beinhaltet das Versprechen, Mitarbeiter durch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen zu fördern. Intern

stehen wir bezüglich relevanter Nachhaltigkeitsthemen in stetigem Dialog mit unseren Mitarbeitern und jeder hat die Möglichkeit, sich diesbezüglich einzubringen. Besondere Verantwortung tragen unsere Führungskräfte, die als Vorbilder das Nachhaltigkeitsbewusstsein innerhalb der Belegschaft schärfen.

4.2 Offenheit in der Kommunikation

Generell legen wir auch großen Wert darauf, die Öffentlichkeit umfassend über unsere Erfolge und eventuelle 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. Unserem Compliance-Beauftragten wurden im Berichtszeitraum keinerlei Diskriminierungsfälle gemeldet. Wir erwarten 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, haben wir 2016 das Thema Menschenrechte im Rahmen von internen Schulungen behandelt. Für externe Partner wollen wir das Thema weiter in den Vordergrund rücken und haben den Themenblock Menschenrechte mit in unseren Lieferantenbewertungsbogen aufgenommen. Dar-

über 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. Das SMETA 4-Pillar Audit werden wir im dreijährigen Zyklus wiederholen.

4.5 Für ein korrektes Miteinander

Unser Verhaltenskodex und die Compliance-Richtlinie bilden die Basis für unser erklärtes Ziel: das Unternehmen vor möglichen Haftungsrisiken, Bußgeldern und Imageverlusten zu schützen. Zu diesem Zweck wurde auch ein verantwortlicher Compliance Officer eingesetzt, der direkt an den Geschäftsführer berichtet.

Ein Compliance-Bericht wurde 2016 erstmalig erstellt. Mit der Implementierung des Verhaltenskodex ist OMIRA einen wichtigen Schritt zur Weiterentwicklung der Unternehmenskultur gegangen. Die vorgegebenen OMIRA Unternehmensrichtlinien sind bekannt und werden weitgehend eingehalten. Es ergab sich kein Verdacht auf Korruption. Bekannte Bemängelungen von Behörden werden fristgerecht bearbeitet. Die Führungskräfte und Mitarbeiter wurden in Schulungen für das Thema

Compliance sensibilisiert und aufgefordert, selbst aktiv an den Themen mitzuarbeiten. Aus den anstehenden und laufenden Rechtsstreitigkeiten ist kein Anhaltspunkt auf dolos Handlungen und/oder Verstoß gegen Richtlinien erkennbar.

Im Berichtszeitraum wurden OMIRA keine Bußgelder oder andere Strafen auferlegt. Ebenso waren wir in keine Verfahren bezüglich wettbewerbswidrigen Verhaltens 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 2016 Schulungen für unsere Mitarbeiter rund um das Thema Compliance und Menschenrechte durchgeführt.

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. Hierzu benötigen wir Milch mit höchster Qualität. Stetig arbeiten wir mit unseren Landwirten an dem hohen Qualitätsanspruch. Sehr hilfreich sind dabei das Programm QM-Milch und unser eigens entwickeltes Nachhaltigkeitskonzept für unsere Landwirte, unser KUH-Konzept. Neben der Milchqualität kommt dem Thema Nachhaltigkeit mit all seinen Aspekten auch in Zukunft mehr und mehr an Bedeutung zu – für den Verbraucher, für unsere Kunden und Partner und auch für die Milcherzeuger. Bei allen Marktteilnehmern steht zunehmend das Thema „Tierwohl“ hoch im Kurs. Ein wichtiges, kaufentscheidendes Kriterium und ein wichtiger Baustein 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 Betriebsmanagements, 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 im Jahr 2015 entwickelt. Der Agrarbeirat unterstützt das umfassende Konzept zur nachhaltigen Entwicklung landwirtschaftlicher Betriebe, das Anwendung bei 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. Als eine wichtige Maßnahme erfolgte in 2016 die Konkretisierung der Tierindikatoren. Ab 2017 bilden diese Tierindikatoren die Grundlage der Nachhaltigkeitsbewertung und der zu ergreifenden Maßnahmen zur Verbesserung des Tierwohls.

Unser Ziel bis 2020 und darüber hinaus ist die Umsetzung und Verbesserung der definierten Parameter im Bereich Tierwohl und Tiergesundheit. Speziell hierzu werden Maßnahmen, Fortbildungsangebote und Workshops für die Milcherzeuger entwickelt und durchgeführt. 2016 haben unsere Milcherzeuger im Durchschnitt drei fachliche Fortbildungen besucht.

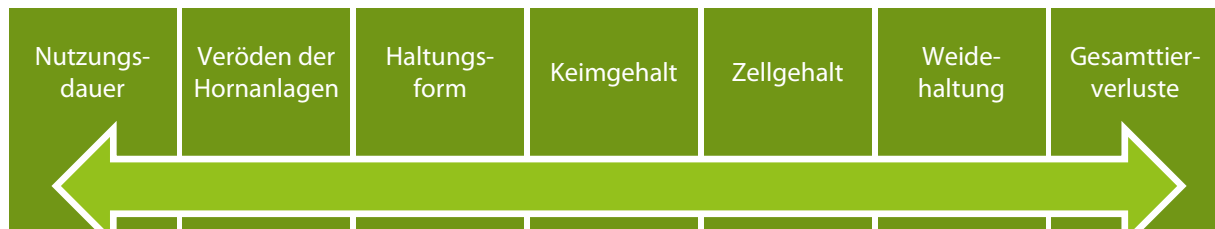


Schaubild: Tierindikatoren, Stand 2016.

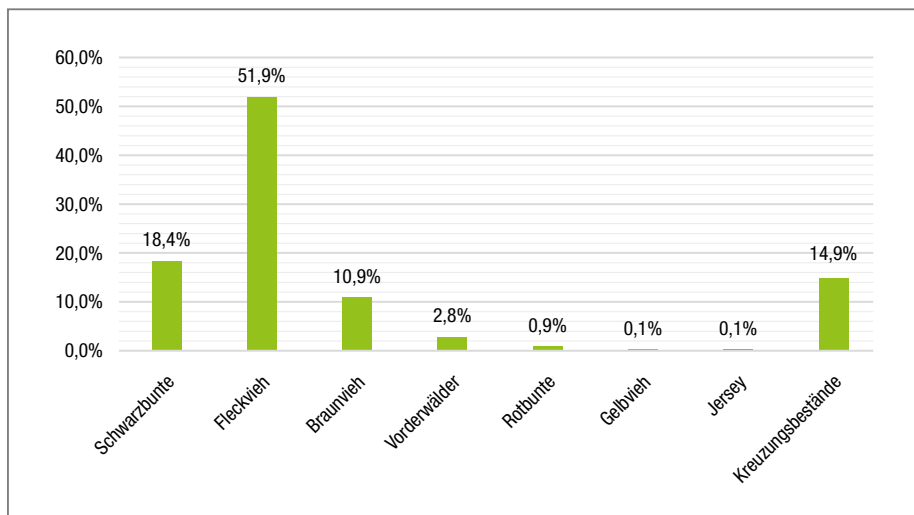


Rinderrassen

Aus den ersten Ergebnissen der Datenerhebung 2015/2016 wird ersichtlich, dass die meist gehaltene Rinderrasse bei OMIRA Fleckvieh ist. Schwarzbunte Kühe

finden sich häufiger in Betrieben in Baden-Württemberg. Weitere Rassen sind v. a. das Gelbvieh im Fränkischen, die Vorderwälder im Schwarzwald sowie Rotbunte und Jersey.

VERTEILUNG DER RINDERRASSEN NACH OMIRA-BETRIEBEN (N=1.488)

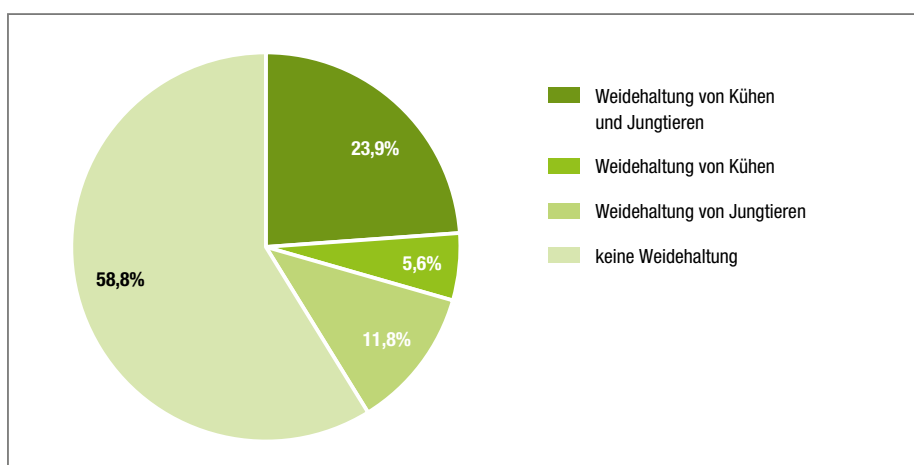


Weidehaltung

Über 40 % der OMIRA-Landwirte bieten ihren Tieren die Möglichkeit der Beweidung. Je nach regionalen Gegebenheiten variiert natürlich die Weidehaltung. In Ackerbaure-

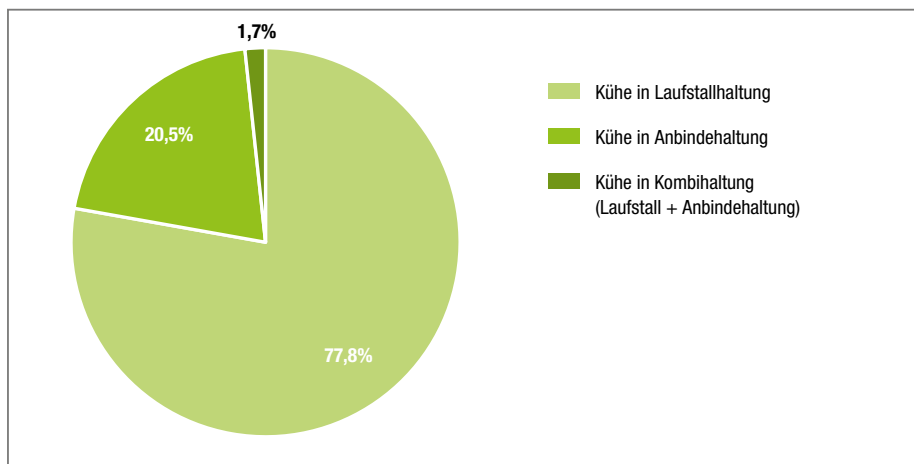
gionen ist die Beweidung von Flächen weniger verbreitet, als in Grünlandregionen.

VERTEILUNG DER WEIDEHALTUNG NACH OMIRA-BETRIEBEN (N=1.488)



Haltungssysteme

VERTEILUNG DER HALTUNGSSYSTEME NACH OMIRA-KUHZAHLN



Anhand der Datenerhebung 2015/2016 werden 77,8 % der Kühe in Laufställen, 20,5 % in Anbindehaltung und 1,7 % in Kombistallhaltung gehalten. Die Kategorie Anbindehaltung beinhaltet nicht nur die ganzjährige Anbindehaltung. Vor allem im Alpenvorland haben diese Tiere auch Zugang zu einer Weide. Im Rahmen der Kombihaltung haben die angebundenen Kühe auch die Möglichkeit, sich nach dem Melken im Stall frei zu bewegen. In den bestehenden Anbindeställen gibt es viele Möglichkeiten, die Haltungsbedingungen artgerechter zu gestalten. Hierauf werden wir zukünftig verstärkt den Fokus legen.

Im Bereich Umwelt haben wir gemeinsam mit der Bodensee-Stiftung 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.



KENNZAHLEN ZU OMIRA-LANDWIRTEN 2016

Ø Kuhbestand:	52 Kühe pro Betrieb
Ø Milchleistung:	6.580 kg Milch pro Kuh und Jahr
Ø Fettgehalt:	4,16 %
Ø Eiweißgehalt:	3,45 %
Ø Zellgehalt in Tsd.:	187,9
Ø Keimgehalt in Tsd.:	21,7

Alle Landwirte, die an OMIRA liefern, nehmen am Qualitätsprogramm QM-Milch teil. 100 % erfüllen dabei die Anforderungen des Kriterienkatalogs. Hier erfolgt im mindestens dreijährigen Rhythmus eine Überprüfung der Haltungsbedingungen, der Gesundheit und des Wohlbefindens der Kühe, der Milchgewinnung und -lagerung, der eingesetzten

Futter- und Arzneimittel sowie der Umweltparameter vom Milchprüfing Baden-Württemberg und Bayern. Über QM-Milch werden bereits wichtige nachhaltige Aspekte in der Milchviehhaltung berücksichtigt. So kann QM-Milch als wesentlicher Basisbaustein innerhalb der Nachhaltigkeitsbestrebungen gesehen werden.





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

Auf Grund steigender Antibiotikaresistenzen haben wir 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 Milchbauern. In 2015 und 2016 haben wir insgesamt 27 Veranstaltungen in Ravensburg und Neuburg organisiert und begleitet. Folgende Themenbereiche wurden dabei geschult: Grundlagenseminar Homöopathie, Antibiotikareduzierung – Alternative Behandlungsmethoden, Eutergesundheit, Fruchtbarkeit, Kälbergesundheit.

5.3 Fütterung ohne Gentechnik

Wir legen sehr großen Wert auf die herausragende Qualität und die Sicherheit unserer angelieferten Milch. Die 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. Milcherzeuger verzichten also auf gentechnisch 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.



	2016	2015
Milcherzeuger, GVO-freie Fütterung*	1.318	644
Anzahl Milcherzeuger, gesamt*	2.419	2.643
Anteil in %	54,5	24,4

* zum Stichtag 31.12.16 und 31.12.15

Der Anteil der Milcherzeuger, die auf GVO-freie Fütterung umgestiegen sind, stieg von 2015 auf 2016 um 30,1 % an.

5.4 Klimawandel und Landwirtschaft



Die Landwirtschaft ist einer der Mitverursacher des Klimawandels (Energieverbrauch, Bodenerosion, Humusabbau, Methan- und Lachgasemissionen). Gleichzeitig ist die Landwirtschaft wie kaum eine andere Branche von den Auswirkungen des Klimawandels, wie steigendes Produktionsrisiko und stärkere Ertragsschwankungen betroffen. Entsprechend ist die landwirtschaftliche Produktion eine Schlüsselbranche für einen aktiven Klimaschutz, insbesondere durch Energieeinsparungen und Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen bzw. CO₂-Bindung durch standortangepasste Bewirtschaftung (Tierhaltung, Bodenbewirtschaftung, Düngermanagement).

Vor diesem Hintergrund haben die Bodensee-Stiftung und OMIRA, gemeinsam mit OMIRA-Milchbauern, ein

Projekt für mehr Klimaschutz in der Milchviehwirtschaft im Jahr 2016 umgesetzt. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit stand die Analyse des Energieverbrauchs und der Treibhausgas-Emissionen von OMIRA-Milchviehbetrieben und die anschließende Entwicklung und Umsetzung von einzelbetrieblichen Maßnahmenplänen für mehr Klimaschutz. Mit den gewonnenen Ergebnissen und Erfahrungen sollen zukünftig möglichst viele OMIRA-Milchlieferanten zur Umsetzung von Klimaschutz-Maßnahmen in ihren Betrieben motiviert werden.

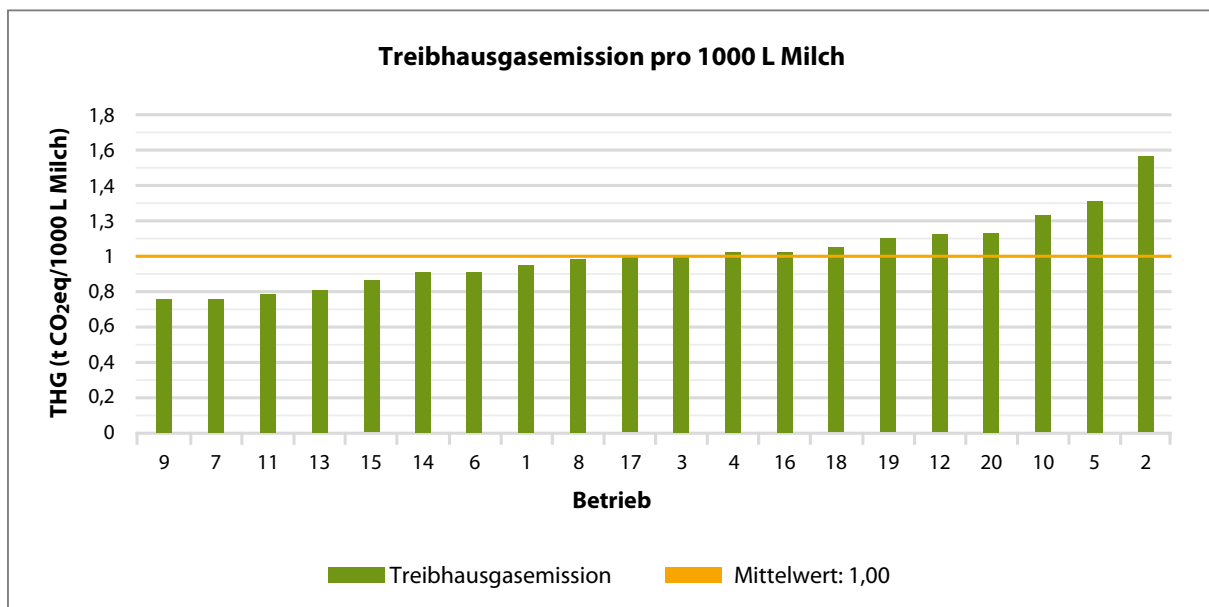


Abb: Ergebnisse aus dem Pilotprojekt – AgriClimateChange, 2016

Die durchschnittliche Treibhausgas(THG)-Emission des Betriebszweigs Milch liegt bei 1,00 t CO₂ eq/1000 Liter Milch. Die Spannweite der Betriebe liegt hier zwischen 0,74 t CO₂ eq/1.000 Liter Milch (bester Betrieb) und 1,56 t CO₂ eq/1.000 Liter Milch (schlechtester Betrieb). Die untersuchten Betriebe unterscheiden sich hier hinsichtlich ihrer THG-Emissionen um den Faktor 2,1. In

Zusammenarbeit mit unseren Landwirten werden wir realisierbare, praxisnahe Maßnahmen umsetzen, um die THG-Emissionen zu reduzieren. Die mit den Landwirten diskutierten und umsetzbaren Maßnahmen ergaben ein Einsparungspotential von THG-Emissionen in Höhe von 19,1 %.



6

- 6.1 2016 klimaneutrale OMIRA
- 6.2 2016 aktueller Energieverbrauch
- 6.3 Energie für Transporte
- 6.4 Wasser und Abwasser
- 6.5 Abfall verwerten

UMWELT- SCHUTZ HEISST: VERBRAUCH SENKEN

Wir setzen konsequent auf Umweltschutz. Dazu gehören die Reduktion von Abfällen, die Senkung von Emissionen, Energie- und Wasserverbrauch sowie der Einsatz effizienter Technologien. Um eine höhere Tragweite des Umweltschutzes zu erreichen, haben wir das Thema Umweltverträglichkeit im Jahr 2016 in unsere Lieferantenbewertung aufgenommen. Wir erwarten von unseren Partnern und Dienstleistern das gleiche konsequente Vorgehen.



UMWELTKENNZAHLEN

	2016	2015
Energieverbrauch		
Gasverbrauch (Erdgas Normkubikmeter)	16.000.337	15.680.726
Stromverbrauch (kWh)	39.744.914	39.457.737
davon Eigenstromerzeugung intern (kWh)	10.568.831	10.389.304
(Eigenstromerzeugung durch Dampfturbine)		
Energieintensität		
Erdgasverbrauch pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge (Normkubikmeter / Tonne Gesamtverarbeitungsmenge)	19,46	18,85
Stromverbrauch pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge (kWh / Tonne Gesamtverarbeitungsmenge)	48,35	47,43
Gesamtverarbeitungsmengen OMIRA-Werke in Tonnen	822.064	831.886
Treibhausgasemissionen des Unternehmens in Tonnen*		
Treibhausgasemissionen (Tonnen) CO ₂ e (t)	54.288	60.351
Treibhausgasemissionen (Tonnen) CO ₂ e(t) pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge	0,066	0,073
Gesamtwasserentnahme in Kubikmeter		
Wasserverbrauch (m ³)	673.770	660.777
Wasserverbrauch (m ³) pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge	0,82	0,79
Gesamtvolumen der Abwassereinleitung		
Abwasser (m ³)	1.194.210	924.080
Abwasser (m ³) pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge	1,45	1,11
Gesamtgewicht des Abfalls		
Gesamtabfall (Kilogramm)	2.967.923	3.735.970
Gesamtabfall in kg pro Tonne Gesamtverarbeitungsmenge	3,61	4,49

*Treibhausgasemissionen ohne THG-Emissionen der eingesetzten Rohstoffe in Scope 3 und nachträgliche Anpassung der Werte von 2015

6.1 2016 klimaneutrale OMIRA

In Sachen ökologischer Nachhaltigkeit haben wir wieder unseren CO₂-Fußabdruck (Corporate Carbon-Footprint) für das Jahr 2016 nach den Vorgaben des Greenhouse Gas-Protocol ermittelt. Mit in die Berechnung eingeflossen sind unsere Standorte in Ravensburg und Neuburg a. d. Donau.

Der Auswertung folgte eine schnelle Umsetzung verschiedener Verbesserungsmaßnahmen mit dem Ziel, die THG-Emissionen von OMIRA stetig zu verringern. Mit Investitionen in energieeffiziente Prozesse, umweltfreundliche Technologien und erneuerbare Energien, die Nutzung von 100 % Ökostrom sowie die Reduzierung des Stromverbrauchs konnten wir unsere Treibhausgasbilanz schon erheblich verbessern.

Wir sind bemüht, unsere Umwelteinflüsse so gering wie möglich zu halten, was wir durch die bereits implementierten Energieeffizienzmaßnahmen sowie mit der ab 2016 erfolgten Umstellung auf 100 % Ökostrom bewiesen haben. 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.



Klimaneutral
Corporate Carbon
Footprint
Regelmäßige
Überwachung



www.tuv.com
ID 0000059030

Der TÜV-Rheinland hat bei unserem Corporate Carbon-Footprint-Bericht 2016 einen Critical Review durchgeführt. Anhand des Prüfberichtes und der Emissionszertifikate erfolgte für die OMIRA die Zertifizierung „Klimaneutrales Unternehmen“.

Das Thema Klimaneutralität werden wir weiter verfolgen – 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 Kühlmittleckagen 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 Fahrten unserer Mitarbeiter zum Arbeitsplatz, Geschäftsreisen, Wasser- und Papierverbrauch, externe Dienstleister, Abfall, Logistik sowie indirekte Emissionen durch Energieverbräuche aus Scope 1 und Scope 2.

Wie anhand der folgenden Tabelle deutlich wird, ist für OMIRA besonders die Position „stationäre Verbrennung fossiler Energieträger“ in Scope 1 mit insgesamt ca. 78 % ausschlaggebend.

TREIBHAUSGASBILANZ

Scope	2016		2015	
	CO ₂ e(t)	%-Anteil	CO ₂ e(t)	%-Anteil
Scope 1	42.505,45	78,30	42.121,83	69,79
Scope 2	0,00	0,00	8.662,39	14,35
Scope 3	11.782,43	21,70	9.566,75	15,86
Gesamt	54.287,88	100,00	60.350,97	100,00
Gesamtverarbeitungsmenge (t)	822.064,00		831.886,00	
THG in CO₂e pro Tonne Verarbeitungsmenge	0,066		0,073	

(Auszug aus der Corporate Carbon-Footprint-Berechnung der OMIRA, 2016, ohne THG-Emissionen der eingesetzten Rohstoffe in Scope 3)

Aus diesem Grund haben wir uns besonders auf Reduktionsmaßnahmen rund um das Thema Energieeffizienz und die Nutzung von 100 % Ökostrom konzentriert, da wir so die größte Hebelwirkung erzielen konnten.

Bei der Betrachtung der gesamten Treibhausgasemissionen ohne den Anteil der eingesetzten Rohstoffe / Materialien lässt sich erkennen, dass sie sich von 2015 auf 2016 um 6.063,09 Tonnen CO₂-Äquivalenten (10,05 %) reduziert haben. Unter Berücksichtigung der Gesamtverarbeitungsmengen (GVM) in 2015 und 2016 lässt sich diese Reduzierung ebenfalls bestätigen. 2016 lag der Anteil bei 0,066 kg CO₂-Äquivalenten pro Tonne GVM und 2015 noch bei 0,073 CO₂-Äquivalenten pro Tonne GVM. Die Reduzierung der THG-Emissionen lässt sich vor allem auf die Nutzung von 100 % Ökostrom zurückführen. Auch die Verringerung der Dieselmengen bei der Milcherfassung konnte hierzu einen Beitrag leisten.

Die Energieerzeugung durch Verbrennung von fossilen Energieträgern erfolgte ausschließlich für den Eigenbe-

darf. Für die Produktion (v. a. Milchpulverherstellung) und das Beheizen der Standorte wurden in 2016 insgesamt 16.000.337 Normkubikmeter Erdgas und 326.644 Liter Heizöl benötigt. Dies entspricht Treibhausgasemissionen in Höhe von insgesamt 33.275,75 Tonnen CO₂-Äquivalenten. Im Vergleich zu 2015 ist der Energiebedarf angestiegen, so dass sich die Treibhausgasemissionen um 986,45 Tonnen CO₂-Äquivalenten (2,96%) erhöhten. Ein Grund für den höheren Energiebedarf in Form von Erdgas und Heizöl war, dass eine neue Gasturbine am Standort in Ravensburg im Oktober 2016 in Betrieb genommen wurde. Ein weiterer Grund für den höheren Energiebedarf in 2016 war der Anstieg an wärmeverbrauchsintensiven Prozessen (u. a. Milchtrocknung). Damit ging eine Erhöhung der Wertschöpfung einher.

Wir arbeiten weiterhin an der stetigen Optimierung der Produktionsprozesse. Dadurch erwarten wir auch in den kommenden Jahren eine weitere Reduzierung der Treibhausgasbilanz.



6.2 2016 aktueller Energieverbrauch

Im Rahmen der Ermittlung unserer Treibhausgasemissionsbilanz haben wir auch unseren Primärenergieverbrauch bestimmt. Unser Erdgasbedarf stieg im Vergleich zu 2015 um 2,0 % und der Heizölbedarf sogar um 54,3 %. Auch unser Stromverbrauch ist von 39.457.737 kWh in 2015 auf 39.744.914 kWh in 2016 um 0,7 % gestiegen. Dies lässt sich hauptsächlich auf den höheren Energiebedarf in Form von Erdgas und Heizöl zurückführen, da im Oktober 2016 eine neue Gasturbine

am Standort in Ravensburg in Betrieb genommen wurde. Ein weiterer Grund war der Anstieg an wärmeverbrauchintensiven Produkten.

Dennoch konnten im Rahmen des Energiemanagementprogramms von OMIRA im Jahr 2016 bei zahlreichen Projekten im Produktionsprozess Energieeinsparungen erzielt und somit auch THG-Emissionen vermieden werden. Zum Beispiel durch stetige Optimierung der Produktionsprozesse.


STATIONÄRE VERBRENNUNG UND STROMVERBRAUCH

	2016	2015
Heizöl (Liter)	326.644	149.336
Erdgas (Normkubikmeter)	16.000.337	15.680.726
Herkömmlicher Strom (kWh)	39.744.914	39.457.737
Davon selbst erzeugter Strom (kWh)	10.568.831	10.389.304

6.3 Energie für Transporte

Die 2016 eingeführten Maßnahmen zur Tourenoptimierung und die insgesamt reduzierte Milchmenge haben sich positiv auf den Kraftstoffverbrauch unseres Fuhrparks ausgewirkt. Dieser konnte insgesamt um 9,3 % reduziert werden. Zudem sind verschiedene Projekte angestoßen worden, um Kraftstoff zu sparen und Treibhausgase zu vermeiden.

KRAFTSTOFFVERBRAUCH

	2016	2015
Kraftstoffverbrauch (l)	3.370.073	3.717.402

6.4 Wasser und Abwasser

An unseren Standorten wird Wasser sowohl zu sanitären Zwecken, als auch zur Kühlung im Produktionsprozess genutzt. 2016 hat sich die Wasserentnahme jedoch um 1,9 % und die Abwassereinleitung um 22,6 % zum Vorjahr erhöht. Dies ist hauptsächlich durch ein höheres Volumen des kalten Brüdenkondensates zu erklären, das bei der Herstellung von Milchpulver anfällt. Die Milchpulverproduktion wurde 2016 erhöht.

WASSER UND ABWASSER

	2016	2015
Wasser (m³)	673.770	660.777
Abwasser (m³)	1.194.210	924.080

6.5 Abfall verwerten

Die entstandenen Abfallmengen wurden von den Abfallbeauftragten der Standorte Ravensburg und Neuburg in einer Abfallbilanz zusammengetragen. Der Abfall wurde nach Sorten aufgeteilt: Holz (Verpackungen von neuen Maschinen, Einwegpaletten, Altholz), Papier (Büropapier, Materialumverpackungen, Kartonagen, lose Akten), Kunststoff (Folienverpackungen, Materialumverpackungen), Verbundverpackungen (Trinkmilchverpackungen), Restmüll, Biomüll, Bauschutt, Industrieabfall. Der Industrieabfall beinhaltet unter anderem Glas, Flachglas, Schrott, Ölabscheiderinhalte, Lösemittel, Frostschutzmittel, Säuren, Chemikalien, Schmieröle, Altöl, Farb- und Lackabfälle. Es wird stets versucht, alle Abfallsorten getrennt zu sammeln und einer sortenreinen Entsorgung zuzuführen. Dies kann jedoch noch nicht bei allen Abfallsorten gewährleistet werden.

An beiden Produktionsstandorten sind die Abfallmengen v. a. bei Bauschutt und Industrieabfall gesunken. Es wurden im Jahr 2016 weniger Umbau-, Neubau-, und Renovierungsarbeiten durchgeführt.

ABFALLARTEN

Abfallart	2016	2015
Holz (kg)	31.990	20.440
Papier (kg)	604.930	623.320
Kunststoff (kg)	204.510	185.450
Verbundverpackung (kg)*	114.150	
Restmüll (kg)	254.980	271.610
Biomüll (kg)	1.631.871	2.422.630
Bauschutt (kg)	13.560	35.940
Industrieabfall (kg)	111.932	176.580
TOTAL (kg)	2.967.923	3.735.970

* in 2015 waren die Verbundverpackungen noch nicht separat aufgeführt

Biomüll machte den größten Anteil in der Abfallbilanz aus. Der überwiegende 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

Im Rahmen von regelmäßigen Mitarbeiterzufriedenheitsanalysen lassen wir uns ein Feedback von unseren Mitarbeitern geben. Wir sind davon überzeugt, dass Mitarbeiter, die gern und motiviert bei OMIRA arbeiten, die Grundlage für langfristiges Wachstum bilden. Neben der Mitarbeiterzufriedenheit legt OMIRA großen Wert auf die Sicherheit der Beschäftigten in allen Unternehmensbereichen.

7.1 Stabile Mitarbeiterzahlen

Ende des Jahres 2016 hatte OMIRA insgesamt 615 Beschäftigte (2015: 606), was im Vergleich zum Vorjahr einem leichten Anstieg von 1,5 % entspricht. Der Frauenanteil lag

dabei 2016 bei 33,4 % bzw. bei 30,7 % in 2015. Im Jahr 2016 waren 19 Menschen mit Behinderung (2015: 17) und 35 Leiharbeiter (2015: 36,1) bei OMIRA beschäftigt.

ANZAHL DER BESCHÄFTIGTEN AN DEN STANDORTEN RAVENSBURG UND NEUBURG A. D. DONAU

	2016			2015		
Ravensburg	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
Beschäftigte insgesamt	143,2	261,4	404,6	137,8	261,4	399,2
Davon:						
Führungskräfte	1,0	6,0	7,0	1,0	5,0	6,0
Auszubildende	20,0	15,0	35,0	20,0	14,0	34,0
Menschen mit Behinderung	5,0	5,0	10,0	4,0	6,0	10,0
Leiharbeiter	1,0	16,0	17,0	3,5	14,6	18,1
Neuburg a.d. Donau	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
Beschäftigte insgesamt	47,3	163,1	210,4	48,5	158,4	206,9
Davon:						
Führungskräfte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Auszubildende	4,0	4,0	8,0	2,0	5,0	7,0
Menschen mit Behinderung	4,0	5,0	9,0	2,0	5,0	7,0
Leiharbeiter	7,0	11,0	18,0	6,0	12,0	18,0
Gesamte OMIRA-Gruppe	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
Beschäftigte insgesamt	190,5	424,5	615,0	186,4	419,8	606,2
Davon:						
Führungskräfte	1,0	6,0	7,0	1,0	5,0	6,0
Auszubildende	24,0	19,0	43,0	22,0	19,0	41,0
Menschen mit Behinderung	9,0	10,0	19,0	6,0	11,0	17,0
Leiharbeiter	8,0	27,0	35,0	9,5	26,6	36,1

Die Anzahl der Beschäftigten für das Jahr 2016 stammt aus einer Stichtagsbetrachtung zum 31.12.2016.

7.2 Ausbildungsquote mit steigender Tendenz

Erfreulicherweise konnten wir im Vergleich zu 2015 die Anzahl unserer Auszubildenden von 41 auf 43 steigern und somit unsere Ausbildungsquote von 6,8 % auf 7,0 %

erhöhen. Die Übernahmequote lag im Berichtsjahr bei 76,9 % und damit leicht über der Quote aus dem Vorjahr. Die Fluktuation lag bei 6,8 %.

PERSONALKENNZAHLEN DER OMIRA

Personalkennzahlen	2016	2015
Ausbildungsquote	Mitarbeiter gesamt: 615,0 davon Auszubildende: 43 △ 7,0 %	Mitarbeiter gesamt: 606,2 davon Auszubildende: 41 △ 6,8 %
Azubi-Übernahmequote	76,9 %	70,0 %
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren	10,5	10,7
Durchschnittsalter der Belegschaft in Jahren	40,1	40,5
Anzahl Neueinsteiger (ohne Ausstieg im selben Jahr)	Mitarbeiter gesamt: 615,0 davon Einsteiger: 77 △ 12,5 %	Mitarbeiter gesamt: 606,2 davon Einsteiger: 81 △ 13,4 %
Anzahl Aussteiger (ohne Einsteiger im selben Jahr)	Mitarbeiter gesamt: 615,0 davon Aussteiger: 42 △ 6,8 %	Mitarbeiter gesamt: 606,2 davon Aussteiger: 40 △ 6,6 %

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 Hastrunk – 1 Liter Milch pro Mitarbeiter/Tag – zu. Auch außerhalb der Arbeit schaffen wir eine positive Atmosphäre: bei regelmäßigen Festen,

unserem OMIRA Firmenlauf oder Fußballfreundschaftsspielen zwischen den Mannschaften der Standorte Ravensburg und Neuburg gibt es ausreichend Gelegenheit, sich auch abseits des Arbeitsalltags kennenzulernen.

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 2016 wurden 16 Kolleginnen und Kollegen geehrt, wobei ein Kollege der OMIRA seit 40 Jahren die Treue hält. Weitere 9 Mitarbeiter blicken auf 25 Jahre bei OMIRA zurück und 6 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 mehr als eine gesetzliche Verpflichtung. Mit unserer Gefährdungsbeurteilung der Arbeitsplätze analysieren und verbessern wir deren Sicherheit und Qualität. 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 Unfälle

ereignet. Am Standort Ravensburg betrug die Verletzungsrate ca. 13 % mit einer verletzungsbedingten Ausfallrate von durchschnittlich 6,8 Tagen. In Neuburg lag die Verletzungsrate bei ca. 18 % und die Ausfallquote bei 15,5 Tagen.

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 ausbauen, um sowohl die Verletzungsrate als auch die durchschnittlichen Ausfalltage zu verringern. Wir verstehen Gesundheit und Sicherheit sehr weitreichend: Das Projekt zum Aufbau eines ressourcenorientierten und kennzahlenbasierten Gesundheits-Managements ist gestartet. Bereits 2016 hat OMIRA verschiedene Projekte zum Thema Gesundheits-

schutz angeschoben, die bei den Mitarbeitern auf hohe Akzeptanz stießen:

- Präventionskurs Rückentraining.
- Verkehrssicherheit für alle Mitarbeiter in Kooperation mit der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel- und Gastgewerbe (BGN).
- Gesundheitstag bei der OMIRA in Kooperation mit der BGN.

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 finden be-

reits jetzt u. a. in den Bereichen Hygiene, Arbeitsschutz, 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 greifen soll.

7.7 Unser soziales Engagement in der Region

Als regionale Molkerei fühlen wir uns unserer Heimat sehr verbunden und daher unterstützen wir auch lokale karitative Einrichtungen. So spendet OMIRA beispielsweise regelmäßig Produkte an die Tafeln der Region.

Seit vielen Jahren ermöglicht OMIRA Kindergarten- und Grundschulkindern, Bauernhöfe zu besuchen und so verantwortungsbewusste Milcherzeuger und ihre Tiere live zu erleben – so auch in 2016. Wir sind der Überzeugung, dass die Ernährungskompetenz und die Entwicklung eines Bewusstseins für die Entstehung von Nahrungsmitteln nicht früh genug gefördert werden kann.

Im Rahmen der Weihnachtsgeschenkeaktion 2016 hat OMIRA erneut auf Präsente für Geschäftspartner verzichtet und stattdessen zugunsten karitativer und sozialer Einrichtungen gespendet, tatkräftig unterstützt durch weitere Spendenbeiträge aus der Belegschaft.

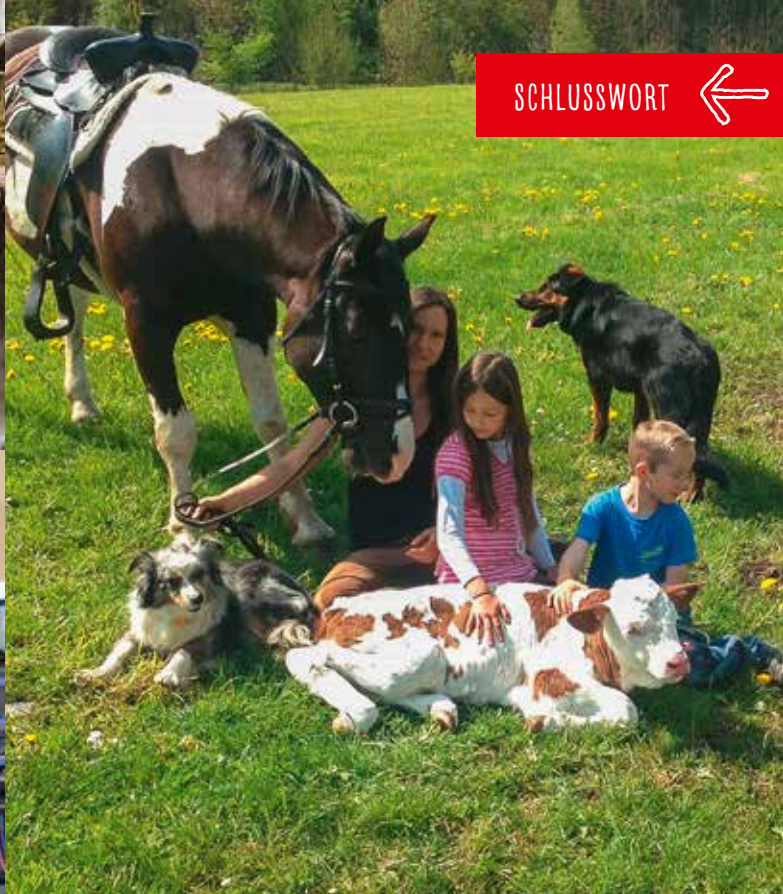
Die Aktion Radio 7 Drachenkinder, die traumatisierte und behinderte Kinder und Jugendliche zwischen Alb und Bodensee, Schwarzwald und Allgäu unterstützt, erhielt einen Spendenbetrag von 6.340 Euro. Eine gemeinsame Spende der OMIRA Mitarbeiter und des Unternehmens. Weitere 5.000 Euro gingen an die Familiennachsorge Elisa e.V. in Neuburg a.d. Donau. Elisa, der Verein zur Familiennachsorge, hat sich zum Ziel gesetzt, die Lebensqualität schwerst-, chronisch- und krebskranker Kinder nachhaltig zu verbessern.





HERZLICHEN DANK

Wir freuen uns, dass Sie uns Ihre Zeit gewidmet und den Weg der OMIRA in die Nachhaltigkeit mit verfolgt 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 gerne 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	..	18, 19
	G4-5	Hauptsitz	..	15
	G4-6	Länder, in denen das Unternehmen operiert	..	15
	G4-7	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	.	15
	G4-8	Märkte, die bedient werden	..	19, 20, 21, 22, 23
	G4-9	Größe der Organisation	..	15 Schaubild
6: Labour	G4-10	Gesamtzahl der Beschäftigten	..	40, 41
3: Labour	G4-11	Prozentsatz aller Mitarbeiter, die von Kollektivvereinbarungen erfasst werden	.	42
	G4-12	Beschreibung der Lieferkette	..	22, 23
	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	.	17
	G4-18	Festlegung der Berichtsinhalte	..	11,12
	G4-19	Wesentliche Aspekte der Nachhaltigkeit	..	11,12
	G4-20	Abgrenzung wesentlicher Aspekte intern	..	11,12
	G4-21	Abgrenzung wesentlicher Aspekte extern	..	11,12
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	..	52
	G4-30	Berichtszyklus	..	52
	G4-31	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	..	52
	G4-32	GRI-Index	..	48
	G4-33	Prüfung des Berichts	..	52
Unternehmensführung				
	G4-34	Führungsstruktur der Organisation	..	17
	G4-35	Vollmachten von Kontrollorgan (KO) und Führungskräfte	..	17
	G4-36	Zuständigkeiten für Nachhaltigkeit	..	7
	G4-37	Konsultationsverfahren zwischen Stakeholdern und KO	.	7, 8, 11, 12

*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	..	17
	G4-39	Vorsitz des Kontrollorgans	..	17 (Aufsichtsrats- vorsitzender)
	G4-40	Nominierungs- und Auswahlverfahren des Kontroll- organs	..	17
	G4-42	Rolle des KO in Bezug auf Nachhaltigkeitsstrategie	..	17
	G4-43	Maßnahmen zur Steigerung der kollektiven Kenntnisse des KO	..	17
	G4-44	Leistungsbeurteilung des KO	..	17
Ethik und Werte				
10: Anti-corruption	G4-56	Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards	..	24, 25
10: Anti-corruption	G4-57	Interne und externe Verfahren zu ethischem und gesetzeskonformen Verhalten und gesetzeskonformen Verhalten	•	24, 25
10: Anti-corruption	G4-58	Interne und externe Verfahren zur Meldung von unethischen Verhaltensweisen	•	24, 25
Spezifische Standardangaben				
Ökonomie				
Wirtschaftliche Leistung				
	EC1	Direkt erwirtschafteter und verteilter Wert	..	15
7: Environment	EC2	Durch Klimawandel bedingte Kosten	•	27 ff.
	EC3	Umfang betrieblicher sozialer Zuwendungen	•	42
6: Labour	EC5	Verhältnis Lohn/Geschlecht	•	42
Marktpräsenz				
6: Labour	EC6	Anteil lokal angeworbener Führungskräfte	•	17
Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen				
Lokale Beschaffung				
	EC9	Anteil an Ausgaben für lokale Zulieferer	..	15
Ökologie				
Material				
7: Environment 8: Environment	EN1	Eingesetzte Materialien	•	22, 23
8: Environment	EN2	Anteil der Sekundärrohstoffe	•	22, 23
Energie				
7: Environment 8: Environment	EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	..	34 ff.
8: Environment	EN4	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	..	34 ff.
8: Environment	EN5	Energieintensitätsquotient	..	34 ff.
8: Environment 9: Environment	EN6	Verringerung des Energieverbrauchs	..	34 ff.
Wasser				
7: Environment 8: Environment	EN8	Gesamtwasserentnahme nach Quelle	..	34 ff.
8: Environment	EN10	% des wiederverwendeten Wassers	•	38

UNGC-Prinzipien	GRI	Beschreibung	Berichtet	Seite
Emissionen				
7: Environment 8: Environment	EN15	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	..	35, 36
7: Environment 8: Environment	EN16	Indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	..	35, 36
7: Environment 8: Environment	EN17	Weitere indirekte Emissionen (Scope 3)	..	35, 36
8: Environment	EN18	Intensität der THG Emissionen	..	35, 36
8: Environment 9: Environment	EN19	Reduzierung der Treibhausgasemissionen	..	35, 36
Abwasser und Abfall				
8: Environment	EN22	Gesamtvolumen von Abwassereinleitungen	..	38
8: Environment	EN23	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	..	38
Produkte und Dienstleistungen				
7, 8, 9: Environment	EN27	Maßnahmen zur Verringerung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	..	26 ff.
Compliance				
Principle 8: Environment	EN29	Geldbußen/Sanktionen wegen Nichteinhalten von Umweltauflagen	..	25
Transport				
Principle 8: Environment	EN30	Auswirkungen durch Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien sowie Mitglieder der Belegschaft	.	34 ff.
Insgesamt				
7, 8, 9: Environment	EN31	Gesamte Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz	.	34 ff.
Lieferantenbewertung hinsichtlich ökologischen Aspekten				
8: Environment	EN32	% neuer Lieferanten die nach ökologischen Kriterien überprüft wurden	.	22, 23
Arbeitspraktiken und Menschenwürdige Beschäftigung				
Beschäftigung				
6: Labour	LA1	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter und Fluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region	.	42
	LA2	Betriebliche Leistungen für Vollzeitangestellte	..	42
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz				
	LA6	Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle	..	44
	LA7	Arbeitnehmer mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung	.	44
	LA8	Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in förmlichen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden	.	44
Aus- und Weiterbildung				
6: Labour	LA9	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter	.	44
	LA10	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, Vorbereitung im Umgang mit dem Berufsausstieg	.	44
6: Labour	LA11	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung zur Karriereentwicklung erhalten	.	44
6: Labour	LA11	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung zur Karriereentwicklung erhalten	.	44
Gleicher Lohn für Frauen und Männer				
6: Labour	LA13	Verhältnis des Grundgehalts von Frauen und Männern	.	44

UNGC-Prinzipien	GRI	Beschreibung	Berichtet	Seite
Lieferantenbewertung hinsichtlich Arbeitspraktiken				
	LA14	% neuer Lieferanten die auf Arbeitspraktiken geprüft wurden	•	44
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	••	25
6: Labour	HR3	Diskriminierungsfälle und Maßnahmen	••	25
1: Human Rights	HR7	% Sicherheitspersonal mit Schulung in Menschenrechte	••	25
1: Human Rights	HR9	Auf Menschenrechte geprüfte Standorte	••	25
2: Human Rights	HR10	% der Lieferanten die auf Menschenrechte geprüft wurden	•	11, 12
Lokale Gemeinschaften				
1: Human Rights	SO1	Standorte mit Maßnahmen zur Einbeziehung lokaler Gemeinschaften, Förderprogramme	••	11,12, 45
Korruptionsbekämpfung				
10: Anti-corruption	SO3	Anteil der auf Korruptionsrisiken geprüften Geschäftsstandorte	•	25
10: Anti-corruption	SO4	Leitlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	••	25
10: Anti-corruption	SO5	Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	••	25
Politik				
10: Anti-corruption	SO6	Gesamtwert von politischen Spenden	••	25
Wettbewerbswidriges Verhalten				
	SO7	Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse	••	25
Compliance				
	SO8	Bußgelder und monetäre Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	••	25
Lieferantenbewertung hinsichtlich gesellschaftliche Auswirkungen				
	SO9	Neue Lieferanten die auf Auswirkungen auf die Gesellschaft geprüft wurden	•	11, 12, 22, 23
Produktverantwortung				
Kundengesundheit und -sicherheit				
	PR1	Auf Gesundheit und Sicherheit geprüfte Produktkategorien	••	21
	PR2	Nichteinhalten von Vorschriften bezüglich Gesundheit und Produktsicherheit	••	21
Schutz der Privatsphäre von Kunden				
	PR8	Anzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre des Kunden und Verletzung des Datenschutzes	••	25

Berichtsprofil

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

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

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

UNSERE
MARKEN



